

DEPISTAREA IMPOSTORILOR VIRTUALI

CUM SĂ-I DEZARMEZI PE MINCINOȘII, INFRACTORII ȘI AGRESORII CARE PÂNDESC PE INTERNET

Tyler Cohen Wood

TREBUIE SĂ ŞTII

TREBUIE
SĂ ŞTII

DEPISTAREA IMPOSTORILOR VIRTUALI

TREBUIE SĂ ŞTII

COLECŢIE COORDONATĂ DE
Constantin Dumitru

DEPISTAREA IMPOSTORILOR VIRTUALI

CUM SĂ-I DEZARMEZI PE MINCINOȘII, INFRACTORII ȘI AGRESORII CARE PÂNDESC PE INTERNET

Tyler Cohen Wood

Traducere din engleză de
Ianina Marinescu

Lifestyle

TREBUIE SĂ ŞTII

EDITORI:

Silviu Dragomir
Vasile Dem. Zamfirescu
Magdalena Mărculescu

DIRECTOR:

Crina Drăghici

REDACTOR:

Delia Anghelescu

DESIGN:

Alexe Popescu

DIRECTOR PRODUCȚIE:

Cristian Claudiu Coban

DTP:

Răzvan Nasea

CORECTORI:

Lorina Chițan
Dușa Udrea

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
WOOD, TYLER COHEN
Depistarea impostorilor virtuali : cum să-i dezarmezi pe mincinoșii, infractorii și agresorii care pândesc pe internet /
Tyler Cohen Wood ; trad.: Ianina Marinescu. - București : Lifestyle Publishing, 2015

ISBN 978-606-8566-52-8

I. Marinescu, Ianina (trad.)

004

Titlul original: CATCHING THE CATFISHERS
Autori: Tyler Cohen Wood

Prezenta ediție s-a publicat prin acord cu The Career Press, 220 West Parkway, Unit 12, Pompton Plains, NJ 07444, U.S.A.

Lifestyle Publishing face parte
din Grupul Editorial Trei

O.P. 16, Ghișeul 1, C.P. 0490, București
Tel.: +4 021 300 60 90 ;
Fax: +4 0372 25 20 20
e-mail: comenzi@edituratrei.ro

www.lifestylepublishing.ro

ISBN 978-606-8566-52-8

Mulțumiri

În primul rând vreau să le mulțumesc lui Michael și Kirsten, precum și celor de la Career Press pentru că au crezut în mine și în această carte.

Vreau să-i mulțumesc lui Donn pentru tot ajutorul său în chestiunile avocățești; tuturor celor care au participat la sondajele mele; lui AshleyGAGA și Rena Havey pentru priceperea lor în bloguri; lui Paul și Sandy, mamei și tatălui meu pentru că au fost cei mai încurajatori părinți și socri pe care și i-ar putea dori cineva; lui Courtney, George, Tracy, Brenna, Ryan, Zayne, Lissy și tuturor celorlalți prieteni ai mei care nu m-au lăsat să renunț.

Mai presus de toate vreau să-i mulțumesc lui Matt, suflet pereche și soț, pentru că mi-a fost sprijin ferm și pentru că a pus umărul la îndeplinirea visurilor noastre.

Cuprins

Nota autoarei

Toate opiniile îmi aparțin și nu reflectă poziția instituției în care lucrez sau a guvernului Statelor Unite.

}-(((*>

Partea I

Să înțelegem domeniul online

<0))))x

Capitolul 1

Cum să deții controlul asupra personajului pe care îl întruchipezi online

><((((o>

Întâlnirea cu colegul meu Charles (nu e numele lui real) a fost ceva predestinat. Amândoi eram pasionați de munca noastră și de implicațiile ei în aplicarea legii și pentru cele două agenții, cea federală și cea a serviciilor secrete. Ca analiști criminaliști digitali, amândoi eram competenți din punct de vedere tehnic, cu mulți ani de experiență în aplicarea legii federale. Am devenit foarte apropiați din punct de vedere profesional. Am colaborat la numeroase proiecte și am petrecut mult timp împreună. Știam că pot conta pe el pentru orice, iar el știa că și reciproca e valabilă. Pentru mine, Charles este o persoană onestă și implicată, pasionată de munca sa. Totuși, câteva luni mai târziu, am început să aud de la alții vorbe cum că ar fi arogant și nu are spirit de echipă. Nu le-am dat importanță și le-am considerat niște bârfe. Eu îl *cunoșteam* pe Charles. Nu era posibil ca acela pe care îl știam și cu care lucrasem îndeaproape timp de un an să fie arogant sau nepoliticos, sau să nu poată să lucreze bine alături de alții. M-am gândit că ei *pur și simplu nu-l cunoșteau cu adevărat*. Fiind colegi de un an de zile, am devenit prieteni pe tot felul de site-uri de socializare. Am început să-i urmăresc blogul și postările de pe Facebook. După numai două săptămâni, am început să văd o față foarte diferită a lui Charles. Era foarte condescendent în postările și comentariile lui, desconsidera ce spuneau alții, uneori agresiv, la cea mai mică provocare.

Era arogant și certăreț pentru chestiuni minore, cum ar fi starea vremii. Am fost absolut șocată. Eu îl știam pe Charles. Lucrasem cu el timp de un an. Îl percepeam cu totul altfel, dar iată-l acum arătându-și o cu totul altă fațetă a personalității sale. Cel pe care-l observam nu era deloc cel pe care credeam că-l cunosc. La început m-am gândit mult și intens despre care să fie adevăratul Charles, dar apoi mi-am dat seama că nu conta. Această identitate virtuală arogantă îl umbrea cu totul pe acel Charles pe care credeam că îl cunosc. Foarte probabil relația noastră de muncă a avut de suferit. Eu nu l-am mai văzut ca pe un expert și, în cele din urmă, a luat-o fiecare pe drumul lui.

Se spune că *în vin se găsește adevărul*. Adesea, același lucru poate fi spus despre mediul online. Recreând din bucățele un personaj cunoscut online, vei obține, dacă o faci corect, o impresie mult mai realistă despre cum este cineva, chiar mai bine decât dacă ai petrece timp cu acea persoană față în față. Mulți oameni (dar nu toți) tind să fie mai sinceri și mai deschiși cu privire la gândurile și sentimentele lor cele mai intime atunci când sunt online. Probabil că asta se datorează faptului că se simt anonimi și, astfel, protejați în spatele ecranului computerului sau al dispozitivului mobil. Indiferent de motiv, vei descoperi cum să recreezi din bucățele adevărata persoană din spatele identității virtuale, precum și cum să deții controlul asupra propriei tale identități virtuale pentru a te înfățișa în cea mai bună lumină.

Trăim în două lumi și amândouă sunt foarte reale. Una este lumea fizică în care am trăit dintotdeauna și cu care suntem familiarizați. Cealaltă este lumea virtuală în care ne creăm — uneori fără intenție — o identitate și o persona online (sau mai multe). Aceste identități digitale fac parte integrantă din viața noastră tot așa cum identitatea noastră face parte din lumea fizică.

Identitatea și persona online pot să arate o imagine foarte detaliată despre cine ești: ce-ți place, ce nu-ți place, vederile tale politice, afilierile religioase, hobby-urile tale și cu

cine te asociezi. În afara cazului în care cineva manipulează intenționat și diseminează neadevăruri (mai multe despre asta mai târziu), persoana virtuală a cuiva este adesea mai reală — mai autentică — decât persoana pe care o prezintă lumii în viața de zi cu zi. Cam într-o oră, aș putea afla, practic, tot ce trebuie să știu despre tine doar prin punerea cap la cap a bucățelelor disparate din profilul tău online. Te surprinde?

Când coordonez o investigație digitală criminalistică pentru o infracțiune de proporții, mă uit, de regulă, și la cache-urile create de rețelele de socializare pe calculatorul suspectului și-i cercetez prezența online. În funcție de informația găsită pe internet, într-o oră pot să alcătuiesc un profil foarte detaliat al acelei persoane. Știu unde îi place să meargă, ce baruri sau restaurante frecventează, cine sunt prietenii săi, care e stilul postărilor sale, personalitatea sa, precum și detalii mai intime despre viața sa, inclusiv hobby-uri și visuri, informații despre copiii săi, și lista poate să continue. Ajung să-i cunosc pe acești oameni în asemenea detaliu, încât simt de parcă i-aș ști într-adevăr de-o viață. Dar asta nu e o abilitate pe care să o aibă doar cineva care lucrează în investigații digitale criminalistice; oricine poate învăța să facă asta. Poți învăța cum să citești o identitate online și cum să aduni și să pui cap la cap toate piesele acestui puzzle digital. Sigur, e o sabie cu două tăișuri: și ceilalți pot descoperi toate piesele din puzzle-ul identității tale virtuale. Vestea bună e că poți deține controlul absolut asupra a ceea ce postezi și cum postezi și, deci, a felului în care oamenii te vor percepe online.

Componentele identității tale virtuale

Anchetatorii pot să alcătuiască profilul unui suspect sau al unui martor pe baza elementelor identității sale virtuale. Aceleași elemente alcătuiesc și identitatea ta virtuală. Există comunități în care postezi sau pe care le urmărești, precum bloguri, forumuri, Facebook sau Twitter. Aceste comunități

te leagă de alți oameni. Dacă ai prieteni care pot fi percepuți ca dezagreabili, și tu poți fi etichetat în același fel. E conform conceptului că „cine se aseamănă se adună“, ceea ce înseamnă că probabil semeni cu cei cu care alegi să te asociezi. În funcție de ceea ce postezi și de ce bloguri și site-uri urmărești, poate fi stabilit cu ușurință tiparul tău de comportament online. Anchetatorii pot să determine care sunt vederile tale politice, interesele tale personale, dacă bei prea mult sau nu bei deloc și dacă te enervezi ușor și-ți place să îi agresezi pe alții online. (Vom vorbi mai detaliat despre comportament mai târziu.) Apoi există date online ușor de accesat ce conțin informații de tipul: adrese, cazier judiciar și fiscal, rapoarte de credit, școli sau universități pe care le-ai urmat. Folosind aceste trei elemente — comunități, comportament și date online — un anchetator, un analist digital criminalist, o firmă de publicitate sau oricine altcineva suficient de interesat pot căuta suprapuneri, tipare și anomalii ale identității tale virtuale. Aceste elemente din spatele identității online alcătuiesc un tipar de existență cu o semnătură unică a persoanei reale — tu. Evident, nu ai mare control asupra rapoartelor de credit sau a datelor publice, dar ai controlul total al postărilor de pe Twitter sau blog.

Primii pași

E important să dai căutare după tine pe internet, pentru a vedea ce văd alții când caută informații despre tine. Încearcă să faci asta fără păreri preconcepute. Ți se pare firesc să-ți postezi pătimaș vederile politice, dar încearcă să citești ceea ce ai scris din perspectiva cuiva care s-ar putea să nu fie de acord cu tine și gândește-te la cum te-ar percepe. S-ar putea să observe că vederile tale sunt atât de pătimașe, încât să te considere un agitator și să nu dorească să te angajeze? S-ar putea ca acele fotografii de la acea petrecere a burlăcițelor să te bântuie mai târziu? Folosește motoarele de căutare pentru a vedea ce-ți iese. Caută după adresele tale de e-mail, după

numărul de telefon, după numele complet, după avataruri și nickname-uri. Vei să știi ce văd alții și cum urmează să te perceapă. Repet, gândește-te la asta din punctul de vedere al comunităților, comportamentului și datelor publice cu care te asociezi. Și dacă găsești ceva ce nu vrei ca alții să vadă? Vom vorbi despre cum să scapi de elementele nedorite din identitatea ta virtuală în capitolele următoare. Pentru moment, apucă-te și gândește-te că fiecare lucru pe care îl postezi este o piesă dintr-un puzzle digital și că, puse cap la cap, toate creează o imagine detaliată a ceea ce ești.

Regulile de acțiune sunt aceleași

Unul dintre cele mai importante lucruri pe care le vei învăța din această carte este că e bine să te comporți online așa cum te comporți și în lumea reală. Identitatea ta virtuală este accesibilă instantaneu pentru oameni din toată lumea care își vor face o impresie imediată despre tine în funcție de cum te prezinți, așa cum fac și în lumea fizică. Ca expert în cibernetică, să spunem că intru într-o sală îmbrăcată într-un tricou scurt și o fustă mini pentru a face o prezentare în fața unei oficialități. Să spunem că mi-am început prezentarea spunând: „Aoleeeeeu, ce entuziasmată suuuuunt! Această prezentare o să fie suuuuper interesantă!" Acel oficial m-ar eticheta imediat ca neserioasă, indiferent cât de multe aș cunoaște eu în domeniul meu. La fel e și în lumea virtuală. Dacă postez mereu conținuturi care să mă facă să par imatură, așa mă vor percepe și ceilalți. Dacă aș intra în biroul șefului meu și i-aș spune că m-am săturat de jobul meu și că sunt de părere că e un idiot sau dacă i-aș arăta o poză cu mine la Arlington National Cemetery țopăind pe mormântul Soldatului Necunoscut (ca poza pe care a postat-o pe Facebook Lindsey Stone[1]), aș fi percepută ca lipsită de respect și probabil că aș fi concediată. Cei mai mulți n-ar face asta în viața reală, așa că de ce să o faci online? Nu e nicio diferență.

Repet, oamenii te vor percepe pe baza identității virtuale în același fel în care te percep în lumea reală. Mai presus de orice, trebuie să fii mai atent la cum ești perceput online, căci odată ceva postat acolo unde poate fi văzut de toată lumea e incredibil de dificil de eliminat.

Drepturile tale legale

Legile privind rețelele de socializare sunt dezbătute și create pe zi ce trece, ca urmare a politicilor și cazurilor. Există legi privind respectarea intimității individului care hotărăsc cine deține informațiile tale online și dacă afirmațiile tale sunt sau nu protejate de dreptul la liberă exprimare atunci când operezi în domeniul virtual. Conform cărții *Social Media and the Law: A Guidebook for Communication Studies**:

> Dacă un utilizator de rețele de socializare postează o informație pe profilul său, se poate presupune că nu e o informație privată și că poate fi folosită de alții?
> La această întrebare nu există un răspuns categoric și absolut. Contextul, natura informației, rolul utilizatorului și relația ta cu acesta, setările de securitate și alți termeni impliciți și expliciți de diseminare sunt relevante în a stabili dacă informația postată pe site-ul unei rețele de socializare poate fi preluată și folosită în altă parte.[2]

Pe scurt, cu cuvinte obișnuite, răspunsul la această întrebare este: depinde. Esența problemei este dacă o persoană se poate aștepta sau nu la intimitate privind informațiile pe care ea însăși le împărtășește, precum și cine deține practic informația postată. Chiar ne putem aștepta ca informațiile pe care am ales să le împărtășim pe rețelele sociale să rămână private?

---

* Rețelele de socializare și legislația: Ghid de utilizare pentru studiul comunicării (engl.). (*N.t.*)

Dacă eu intru într-o încăpere plină de prieteni și dau fiecăruia dintre ei o fotografie cu mine făcând ceva nepotrivit, mai sunt posesorul deplin al acelei fotografii sau am vreo posibilitate de a controla ce fac prietenii mei cu ea? Ce așteptări de intimitate mai pot avea cu privire la acea fotografie? Nu sunt avocat, dar ține de logică, întrucât, dacă am dat-o tuturor celor din încăpere, ei pot face tot ce doresc cu ea: să le-o da altora, să o pună pe un panou — ai prins ideea. E opinia mea personală că a posta ceva pe rețelele sociale e același lucru cu a da ceva cuiva în lumea reală și că nu mai ai posibilitatea de a controla ce fac ei cu acea informație în forma sa inițială. (Excepție: dacă modifică informația și o folosesc în forma modificată într-un mod defăimător împotriva ta, e o cu totul altă poveste. Vom vorbi despre asta în Capitolul 7.)

Există o prejudecată larg răspândită potrivit căreia suntem protejați de setările de securitate ale rețelelor de socializare. Totuși, termenii și condițiile de utilizare cu care ai fost de acord când te-ai înregistrat pentru a putea folosi un serviciu precum Facebook sunt practic un contract între tine și site-ul de socializare respectiv. Eu am trecut prin termenii și condițiile de utilizare ale câtorva site-uri de socializare, iar acolo se afirmă foarte explicit într-un limbaj relativ nonjuridic (un vocabular clar) ce drepturi au asupra a ceea ce postează, ce informații pot aduna despre tine și ce anume pot face cu acele informații. De asemenea, mai afirmă foarte clar că politica lor de protejare a intimității se poate schimba în orice moment.

Pe 10 octombrie 2013, Facebook și-a schimbat politica de securitate a datelor și a eliminat o setare care le permitea utilizatorilor să nu le apară cronologia la căutări publice. Astfel, la momentul acestei cărți, cronologiile utilizatorilor sunt găsibile la căutare și pot fi vizualizate de oricine îi caută după nume.

Din Declarația Drepturilor și Obligațiilor Facebook:

> Deții toate conținuturile și informațiile pe care le postezi pe Facebook și poți controla cum sunt făcute publice prin intermediul setărilor de confidențialitate și utilizare. În plus:
> 1. Pentru conținuturile protejate de drepturi de proprietate intelectuală, precum fotografii și înregistrări video (IP content), avem, ca urmare a setărilor de confidențialitate și utilizare, permisiunea ta expresă să: deținem dreptul nonexclusiv, transferabil, subconcesionabil, nefiind sub incidența drepturilor de autor și utilizabil oriunde în lume de a folosi orice IP content pe care îl postezi pe Facebook sau în conexiune cu Facebook (IP License). Acest IP License încetează atunci când ștergi respectivul IP content sau contul de Facebook, cu excepția cazului în care a fost preluat de alții, care nu l-au șters...
> 4. Când publici informații sau conținuturi pe care le distribui Public, înseamnă că permiți oricui, chiar și celor din afara Facebook, să acceseze și să folosească acele informații și să le asocieze cu tine (respectiv cu numele tău, cu fotografia de la profilul tău).[3]

Când ești de acord să utilizezi Facebook, îi oferi drepturi asupra conținuturilor tale. Chiar dacă spune că tu le deții, prin postarea acestora îi dai permisiunea de a folosi acele conținuturi. Oriunde în lume înseamnă că permisiunea e transferabilă către oricine doresc cei de la Facebook, ceea ce înseamnă că pot să vândă datele tale oricui doresc.

Nicăieri în Termenii și condițiile de utilizare ale Facebook (ultima revizuire 11 decembrie 2012) nu se afirmă că aceia cu care ai ales să-ți împărtășești conținuturile nu au dreptul de a le reproduce și redistribui. De fapt, conform articolului 4, citat mai sus, dacă postezi public conținuturile, le permiți altora să le folosească și să le asocieze cu tine. Există o mare dezbatere juridică dacă un conținut postat în rețelele

de socializare este protejat de drepturi de autor (autorul inițial). Asta depinde de modul în care l-a publicat creatorul/scriitorul său (cu cine l-a împărtășit și cu ce setări de confidențialitate a datelor), în ce constă acel conținut și dacă are valoare financiară (de exemplu, dacă este reprodus de o agenție de presă sau de oricine altcineva care face apoi bani pe baza lui). Avocații pot să dezbată până când se învinețesc la față, și probabil că se vor învineți — în concluzie, pentru a te proteja, cel mai bine e să nu postezi nimic din ce nu vrei să ajungă la toată lumea.

Pe 29 aprilie 2013, Chelsea Chaney, studentă în anul I la Universitatea din Georgia, a intentat proces Școlii Publice Fayette County din Georgia, susținând că oficiali ai școlii au folosit într-o prezentare online o imagine pe care au luat-o de pe pagina ei de Facebook fără să-i ceară permisiunea. Aceștia au folosit o fotografie cu ea în bikini cu un titlu care spunea „Odată ajunsă acolo — Acolo va rămâne", subînțelegând că e inadecvat să postezi o astfel de fotografie pe Facebook.[4]

Rezultatul acestui caz ne poate ajuta să stabilim cine deține conținutul original, odată postat în rețelele sociale.

Ziarele sunt pline de știri cu oameni concediați din cauza a ceea ce postează în rețelele sociale. De exemplu:

Lindsey Stone, o femeie din Plymouth, Massachusetts, a postat o poză cu ea arătând degetul mijlociu în fața Mormântului Soldatului Necunoscut. Asta a dat naștere unei adevărate furtuni de reacții și revoltă pe internet și a făcut-o să-și piardă locul de muncă.
Angajatorul, Living Independently Forever, Inc., o organizație nonprofit cu sediul în Hyannis, a anunțat că atât Lindsey Stone, cât și colega ei care a făcut fotografia au fost date afară după ce mii de oameni s-au raliat pentru ca cele două să fie concediate, spunând că fapta lor este lipsită de respect și ofensatoare.[5]

Primul Amendament afirmă: „Congresul nu va emite nicio lege care să ducă la confirmarea unei religii sau la interzicerea practicării ei libere; sau la limitarea libertății de expresie sau a libertății presei; sau a dreptului la liberă asociere pașnică și la semnarea de petiții adresate guvernului în scopul reparării unei nedreptăți".[6] Primul Amendament (dreptul la liberă exprimare) nu protejează neapărat libera ta exprimare de sectorul privat. Dacă lucrezi în sectorul privat, cel mai probabil că ești un angajat la discreția conducerii, însemnând că ține de companie dacă ia sau nu măsuri disciplinare împotriva ta pentru ceea ce spui sau postezi online.

Indiferent dacă tu crezi că asta e greșit sau nu ori că este o intruziune în viața privată, dacă ești un angajat la discreția conducerii în sectorul privat, acel angajator privat are dreptul să te dea afară sau să nu te angajeze în funcție de ceea ce ai postat sau de orice informație pe care o descoperă despre tine online. Acestea fiind spuse, nu toate conținuturile din rețelele sociale sunt la fel. De exemplu, e mult mai greu să se stabilească dacă ceva atât de inofensiv ca un like poate fi considerat drept motiv de concediere. Conform cărții *Social Media and the Law: A Guidebook for Communication Studies*:

> Un șerif din Hampton, Virginia, a concediat cinci angajați care au susținut un candidat al opoziției în timpul campaniei electorale de realegere. Unul dintre aceștia a afirmat la tribunal că a fost dat afară pentru că și-a exprimat susținerea pentru celălalt candidat dându-i un like pe Facebook. Judecătorul a decis, în acest caz, că respectiva concediere nu putea fi pusă în legătură cu susținerea candidatului opoziției, pentru că un click pe butonul like de pe Facebook nu echivalează cu scrierea unui mesaj de susținere a candidatului opoziției. Butonul „like", a concluzionat Curtea, nu înseamnă exprimare verbală.[7]

În următorii ani probabil că vom vedea tot mai multe cazuri în care este implicat butonul „like" și dacă acesta poate

fi considerat exprimare verbală sau nu. Acestea fiind spuse, ai grijă la ce alegi să dai „like“. Nu uita că prin identitatea ta online dorești să controlezi percepția pe care o au ceilalți despre tine. La ce alegi să dai „like“ le poate spune oamenilor foarte multe despre tine! De exemplu, dacă vrei să-ți ții pentru tine vederile politice și ești foarte atent să nu postezi conținuturi în care este vorba despre vederile tale politice sau sociale, dar dai mereu „like“ la ce postează alții cu privire la anumite probleme, ceilalți vor presupune că și tu împărtășești acele vederi.

Majoritatea dintre noi știm din bun-simț că postarea a ceva evident ilegal poate duce la arestare. Uneori însă și postarea unei glume ne poate aduce probleme cu legea. Richard Godbehere a postat pe LiveLeak — o rețea de socializare cu înregistrări video — un video făcut de el și intitulat „Let's Go Driving, Drinking!*“ În acest video, Godbehere pare că bea la volan. În timp ce conduce, el deschide o sticlă de ceea ce pare să fie bere și, în timp ce bea din ea, spune că lui îi place berea germană. I se împleticește limba și chiar pare beat. Acest video durează exact cinci minute și 11 secunde. Deși Godbehere susține că se prefăcea și că în sticlă nu era bere, el a fost arestat pentru că a condus beat. Într-un articol CNN este citat Bradley Shear, un avocat din Washington specializat în legislația din domeniul rețelelor de socializare: „În cazurile penale, aproape toate dovezile pot fi descoperite, iar poliția le poate obține. E doar o chestiune ce ține de cât de mult se străduiesc“.[8]

În capitolele următoare voi detalia despre cum să deții controlul asupra identității tale virtuale, precum și despre cum să pui cap la cap informațiile despre identitățile virtuale ale altora. Nu uita niciodată că tu deții controlul final despre ce alegi să publici online. De asemenea, e important să reții că legislația privind rețelele de socializare e în curs de stabilire, așa că trebuie să recurgi la bunul-simț și să nu uiți că a posta online nu diferă cu nimic de modul în care trebuie să te comporți în lumea reală.

---

* Să conducem în timp ce bem (engl.). (*N.t.*)

Capitolul 2

Puțină intimitate, vă rog!

}-(((*>

<0)))x

Rețelele de socializare și activitățile online ne conectează în feluri pe care nu ni le-am fi putut imagina înainte. Avem acces instantaneu la informație — indiferent că vrem să știm totul despre vedeta noastră preferată de la Hollywood, să nu pierdem șirul evenimentelor sau al dezastrelor naturale pe măsură ce au loc, să fim la zi cu specialiștii din industrie sau pur și simplu să ținem legătura cu familia și prietenii. Odată cu cantitățile masive de informație ce pot fi strânse despre cineva prin simpla adunare a firimiturilor de informații digitale pe care fiecare dintre noi le lasă în urma sa (din neștiință sau nu), avem acces la viața de zi cu zi și la cele mai intime gânduri ale unor oameni pe care nici măcar nu-i cunoaștem.

Așa cum am afirmat în capitolul anterior, mulți oameni cred (în mod greșit) că sunt protejați de setările de confidențialitate ale rețelelor de socializare. Această falsă senzație de siguranță îi poate încuraja pe oameni să posteze lucruri pe care altfel nu le-ar spune. De asemenea, atunci când suntem online mai există și o falsă senzație de anonimat, căci nu ne aflăm fizic față în față cu alți oameni. Această senzație de anonimat crește atunci când oamenii folosesc o adresă falsă de e-mail sau un server proxy anonim (un fel de mască digitală care să ascundă informațiile după care poți fi identificat) sau un avatar. Din experiența mea ca analist digital, știu că nu ești nici pe departe atât de anonim pe cât

ai putea crede. Indiferent pe unde navighezi online, vei lăsa aproape de fiecare dată în urma ta un șir de urme digitale, iar cu ajutorul unor programe de analiză predictivă a datelor — ce devin tot mai cunoscute și mai capabile — dacă cineva vrea cu adevărat să te găsească sau să știe cu ce te ocupi, va reuși aproape de fiecare dată.

Un alt lucru de reținut e că setările de confidențialitate ale aplicațiilor și ale site-urilor rețelelor de socializare se pot schimba într-o clipă, oferind acces total la datele tale companiilor ale căror programe sau rețele le folosești. Nu uita: compania al cărei program îl folosești are intenția să facă bani cu datele tale și nu e neapărat interesată să-ți protejeze intimitatea. De fapt, când dai click că ai citit termenii și condițiile de utilizare și că ești de acord să folosești acel site sau acea aplicație, probabil că ai semnat un contract care-i permite companiei accesul și poate chiar și dreptul asupra conținuturilor tale. Unii oameni sunt deranjați de asta și consideră că e o intruziune în viața lor privată. Aceștia nu sunt de părere că ar trebui să li se permită companiilor să le urmărească fiecare mișcare și să creeze pe seama lor un profil de personalitate. Totuși, trebuie să înțelegi că nu este o invadare a intimității tale, căci tu alegi nu doar să le utilizezi serviciile, ci și să postezi acolo. Tu deții controlul deplin asupra ceea ce postezi. Gândește-te cât de mult ne-a ușurat viața faptul că acum aproape oricine are un PC, un smartphone sau o tabletă cu sine tot timpul. S-ar putea să nu ne convină când companiile înregistrează că le folosim programele sau aplicațiile, dar nu uita că noi alegem să le folosim. Eu nu pot să mai stau fără programul de GPS pe telefon. Știu că majoritatea aplicațiilor îmi urmăresc fiecare mișcare. De fapt, se poate afirma că, pentru a putea să folosim mare parte dintre serviciile pe care am ajuns să ne bazăm, trebuie să renunțăm la o parte din intimitate. De exemplu, aplicațiile pe bază de localizare pur și simplu nu funcționează dacă nu le permiți să-ți acceseze localizarea și coordonatele GPS.

Piesele din jocul digital de puzzle al vieții tale

De fiecare dată când postezi ceva pe un blog sau pe un site de socializare, postezi o piesă dintr-un puzzle digital. Fiecare postare în sine s-ar putea să pară inofensivă, dar, atunci când sunt reunite toate piesele acestui puzzle digital, rezultatul le zugrăvește companiilor de publicitate, potențialilor angajatori, altor specialiști și chiar și potențialilor parteneri de viață o imagine a ceea ce ești. Fiecare piesă în sine s-ar putea să nu spună prea multe despre tine — fie că sunt informații despre unde ești, o postare pe pagina unui prieten, un like la postarea unui prieten despre vederile sale politice sau o poză cu ceva important pentru tine —, dar atunci când toate aceste piese sunt puse cap la cap poate să răsară un portret al naibii de corect despre cine ești tu ca om. E important să deții controlul asupra acestor piese de puzzle digital pentru ca atunci când sunt reunite să redea imaginea persoanei care ești. Fie că folosește un program, fie că pune manual cap la cap toate aceste piese disparate, e foarte ușor pentru cineva să descopere cine ești *cu adevărat.*

În capitolele următoare vom vedea cum să preiei controlul asupra pieselor de puzzle digital sau a firimiturilor digitale (alege metafora care ți se potrivește!) pe care le lași în urma ta, pentru a putea să redai imaginea pe care ți-o dorești. În primul rând totuși e important să știi ce sunt unele dintre aceste piese de puzzle digital și să înțelegi că s-ar putea să lași în urma ta informații destul de revelatoare și intime sau confidențiale. Primul pas este acela de a înțelege cine are acces și la ce informații.

La ce are acces toată lumea

Există polarizatori ai rețelelor de socializare, precum mylife.com sau Spokeo.com (un portal open source al

rețelelor de socializare), care vor cotrobăi prin tot internetul și vor pune laolaltă toate piesele din jocul digital de puzzle al unei persoane, așezându-le frumos într-un raport pe care-l poate vedea oricine. Poți face căutări folosind doar un nume de utilizator (*user name*) sau o adresă de e-mail. De asemenea, orice om obișnuit are acces la paginile tale din rețelele de socializare (care pot include și date despre locul în care te afli) și se poate folosi de acele informații pentru a-și zugrăvi o imagine despre cine ești și cum este viața ta. Vom vorbi mai detaliat despre asta în partea tehnică a acestui capitol.

La ce au acces companiile comerciale care folosesc datele tale

Dacă citești termenii și condițiile de utilizare ale site-urilor rețelelor de socializare, website-urilor și aplicațiilor pe care le folosești, vei vedea că spun exact ce date vor aduna de la tine și ce vor face cu ele. De exemplu, termenii și condițiile de utilizare ale Facebook conțin niște Reguli de utilizare a datelor pe care le accepți contractual atunci când începi să utilizezi Facebook. Aceste reguli sunt foarte ușor de citit. Extras din Regulile de utilizare a datelor ale Facebook (ultima actualizare decembrie 2011):

Se primesc numeroase tipuri de informații despre tine, printre care:

- Informații de înregistrare a contului.
- Când te înregistrezi pe Facebook, ți se cere să oferi informații de tipul: nume, adresă de e-mail, zi de naștere și sex. În unele cazuri, se poate să te înregistrezi folosind alte informații, precum numărul de telefon.
- Informații pe care alegi să le faci publice.

- Informații pe care alegi să le postezi pe Facebook, de tipul: o actualizare a stării, încărcarea unei fotografii sau un comentariu la povestea unui prieten.

- Informații pe care alegi să le faci publice atunci când faci o acțiune, ca atunci când adaugi un prieten, dai like unei pagini sau unui website, adaugi un loc la povestea ta, te folosești de aplicația noastră de importare de contacte sau precizezi că ești într-o relație.

Numele tău, fotografiile de profil, fotografiile de copertă, sexul, legăturile tale, *user name* și *user ID* sunt tratate ca informații pe care alegi să le faci publice. Data nașterii ne permite să îți prezentăm conținuturi și reclame potrivite vârstei tale. Primim informații despre tine și de la prietenii tăi, și de la alții, atunci când aceștia încarcă datele tale de contact, postează o fotografie cu tine, dau tag la o fotografie cu tine sau la o actualizare de stare ori la un loc sau te adaugă la un grup. Când oamenii folosesc Facebook, ei pot să aibă și să facă publice informații despre tine și despre alții, ca atunci când încarcă și gestionează invitațiile și contactele. De asemenea, mai primim și alte tipuri de informații despre tine:

- Primim date despre tine ori de câte ori interacționezi prin intermediul Facebook, de pildă atunci când te uiți în cronologia altcuiva, când trimiți sau primești mesaje, cauți un prieten sau o pagină, dai click, te uiți sau interacționezi cu alte lucruri, folosești o aplicație de Facebook pe mobil, cumperi credite Facebook sau faci alte achiziții prin intermediul Facebook.

- Când postezi fotografii sau înregistrări video pe Facebook, putem primi date adiționale legate de

acestea (sau metadate), precum ora, ziua și locul în care ai făcut fotografia sau înregistrarea video.

- Primim date de la computer, de la telefonul mobil sau de la alte dispozitive pe care le folosești pentru a accesa Facebook, chiar și atunci când mai mulți utilizatori folosesc același dispozitiv pentru a se loga. Acestea se referă la adresele IP și la alte informații de tipul: serviciile de internet de care beneficiezi, localizarea ta, tipul de browser (navigator) pe care îl folosești (inclusiv identificatorii) sau paginile pe care le vizitezi. De exemplu, putem avea informații despre locul în care te afli și putem să ne dăm seama dacă vreunul dintre prietenii tăi este prin apropiere.

- Primim date ori de câte ori intri pe pagina unui joc, a unei aplicații sau a unui website ce folosește Platforma Facebook sau vizitezi un site cu feature-uri de tip Facebook (cum e un plugin), uneori prin intermediul acelor cookies. Acestea pot să fie ziua și ora la care ai vizitat site-ul, adresa web sau URL pe care ești; informații tehnice despre adresa ta IP, despre browserul tău și despre sistemul de operare pe care-l folosești; și, dacă ești logat pe Facebook, și user ID.

- Uneori primim date de la site-urile afiliate sau de la partenerii noștri publicitari, clienți și terți care ne ajută (pe noi sau pe ei) să plaseze anunțuri publicitare, să înțeleagă activitatea online și, în general, să îmbunătățească Facebook. De exemplu, o companie de publicitate ne poate da informații despre tine (de exemplu, cum ai răspuns la un anunț pe Facebook sau pe alt site), pentru a măsura eficiența acelui anunț și a-i îmbunătăți calitatea.

De asemenea, mai punem cap la cap și informațiile pe care le avem deja despre tine și despre prietenii tăi. De exemplu, putem pune cap la cap date despre tine pentru a stabili ce prieteni să fie arătați în secțiunea Noutăți sau pentru a-ți recomanda să pui tag la fotografiile pe care le postezi. Putem să punem cap la cap orașul în care locuiești cu informațiile GPS și alte informații de localizare pe care le avem despre tine, de exemplu, pentru a-ți comunica, ție și prietenilor tăi, despre oameni și evenimente din apropiere sau pentru a-ți face oferte de care ai putea fi interesat. De asemenea, putem să punem cap la cap date despre tine pentru a te deservi cu anunțuri publicitare care să fie mai relevante pentru tine.

Atunci când avem localizarea ta prin GPS, o adăugăm la alte informații de localizare pe care le avem despre tine (orașul în care stai). Dar le păstrăm doar până când nu mai sunt utile ca să-ți oferim diverse servicii, de exemplu păstrarea ultimelor tale coordonate GPS pentru a-ți trimite notificări relevante[1].

După cum poți vedea, Facebook afirmă clar că adună cantități masive de informații despre tine și despre dispozitivele tale pentru a te putea lega mai ușor de prietenii tăi și a-ți oferi personalizat anunțuri publicitare, pentru ca tu să uzezi cât mai cu folos avantajele serviciilor lor. Nu trebuie să te surprindă că au capacitatea de a crea un portret foarte exact a ceea ce ești ca om, căci ți se spune, chiar acolo negru pe alb, că, de fapt, tu faci asta.

Prin Google Cards, care este disponibil pe dispozitivele cu Android, Google colectează informații din toate aplicațiile tale Google, precum e-mail și hărți, și folosește aceste informații ca să te ajute să nu pierzi șirul întâlnirilor și programărilor. De exemplu, Matt, soțul meu, folosește Google Cards pe telefon. De curând și-a folosit contul de Gmail pentru a accepta o invitație la o petrecere. Adresa la care avea loc petrecerea era în e-mail. Prin Google Maps, Google știe unde locuiește el și,

folosindu-se de coordonatele geografice de pe telefonul său, știe și unde este el în orice moment. Fără ca el să fie nevoit să facă ceva, în dimineața zilei cu petrecerea, Google Cards i-a trimis o alertă că, în funcție de adresa lui de acasă, de adresa unde are loc petrecerea, obținută din e-mailul inițial, și de nivelul actual al traficului, el va trebui să plece de acasă pe la 22:30 pentru a ajunge la timp la petrecere. Ne-a mai găsit și o rută alternativă care să ne facă să câștigăm timp și să evităm traficul. Ce serviciu fantastic pentru aceia dintre noi care suntem uituci! Totuși, gândește-te și la uriașele cantități de informație pe care Google le-a adunat despre Matt prin intermediul tuturor serviciilor Google. Contează oare cu adevărat că Google are toate aceste informații despre el? Depinde. În termenii și condițiile de utilizare, redactați într-un limbaj simplu și ușor de citit, Google îți spune că are dreptul la acele date și posibilitatea de a vinde acele date unor terți. Eu nu vreau să spun dacă mi se pare bine sau rău să renunți la intimitate în favoarea companiilor comerciale și a posibilității ca ele să vândă datele indivizilor, pentru că, sincer vorbind, sunt de părere că asta are și avantaje, și dezavantaje. Ideea aici este de a deveni conștient de situație, pentru a avea suficiente informații ca să-ți iei propriile decizii cu privire la utilizarea acestor servicii.

Pentru a putea avea acest acces ușor și rapid la informații așa cum noi toți am ajuns să ne așteptăm, trebuie să renunți la o parte din intimitate. Nu ne mai putem proteja intimitatea în totalitate. Mai departe în acest capitol voi vorbi mai mult despre detaliile tehnice, arătându-ți cum companiile ale căror programe le folosești adună date despre tine și cum să te protejezi cât mai mult posibil împotriva acestui fapt. Reține că protecția cea mai bună este să știi cum funcționează lucrurile și, dacă nu vrei ca un lucru să fie știut, nu-l posta online. Trebuie să presupui că orice postezi și oriunde te duci cu telefonul la tine poate fi descoperit și să te folosești de aceste cunoștințe în avantajul tău.

Prietenii potențiali sau actuali ori partenerii romantici se caută pe Google unii pe alții atât de des, încât acum Google a devenit, practic, un verb în limba română. Dar câți dintre noi

știm că firmele de asigurări folosesc acum profilurile noastre online pentru a stabili dacă să îți acorde sau nu o asigurare și la ce valoare să te factureze? Fotografiile cu tine sunt când fumezi și bei? Există fotografii în care te-ai implicat în activități riscante sau periculoase? Ești prieten cu oamenii care manifestă ceea ce companiile de asigurări pot considera comportamente riscante?

Și firmele care eliberează carduri de credit, și băncile îți cercetează identitățile online pentru a vedea pe ce anume îți place să cheltuiești bani. Vorbești frecvent de achizițiile tale scumpe, pe care de fapt nu ți le poți permite? Trebuie să înțelegi că firmele de carduri de credit știu dacă îți poți permite ceva sau nu, căci ele au istoricul creditelor tale. Ele știu cât câștigi și știu și cât câștigă partenerul tău de viață, ceea ce înseamnă că ele cunosc veniturile gospodăriei tale. Trăiești pe picior mare și asta te depășește? Postezi ceva sau ești înregistrat pe site-uri care fac să pară că e riscant să ți se împrumute bani? Te plângi online că nu-ți ajung niciodată banii? Ai în rețelele de socializare prieteni cu credite neacoperite? Nu uita că nu ești judecat doar după identitatea ta virtuală, ci și după prietenii pe care îi ai online. Citește următorul extras dintr-un articol apărut în *Newsweek*:

> În 2009, unei femei din Quebec care își luase concediu medical din cauza depresiei de care suferea, i-a fost retras ajutorul de handicap după ce compania de asigurări a descoperit pe Facebook — profilul ei era public — niște poze în care părea că se simte bine... Firmele de carduri de credit folosesc rețelele de socializare pentru a stabili ce fel de oferte s-ar potrivi cel mai bine grupului social din care faci parte — sau pentru a afla dacă ești sau nu la zi cu plata ratelor[2].

Nu doar firmele de publicitate personalizată sunt interesate să adune informații despre tine. Cele mai multe companii ale căror produse le folosești și ale căror site-uri le vizitezi, inclusiv producătorii de telefoane mobile, firmele de servicii

de internet și wireless, au capacitatea de a păstra datele despre tine, date pe care pot să le vândă unor terți, așa cum o și fac.

La ce au acces autoritățile statului

Dacă un computer, un dispozitiv, un website, o aplicație, un furnizor de servicii internet sau un server cloud dețin potențiale dovezi în caz de infracțiune, autoritățile statului pot obține un mandat sau acceptul pentru a aduna sau a cerceta informațiile existente acolo. Datele din computerul sau dispozitivul digital al unui suspect sunt cel mai ușor de accesat. Dacă presupusele dovezi se găsesc în altă parte, de exemplu pe serverele unui furnizor de internet sau ale unei rețele de socializare sau în alte tipuri de baze online, s-ar putea ca acele date să nu fie la fel de bine păstrate; se poate chiar să fi fost șterse ca urmare a legilor sau/și regulilor companiei de păstrare a înregistrărilor și de aceea autoritatea legală trimite de regulă o scrisoare oficială către acel furnizor de servicii pentru a păstra toate informațiile legate de un anumit cont.

Autoritățile, prin specialiștii lor, folosesc internetul pentru a crea profiluri ale martorilor sau ale suspecților ori pentru a asista la urmărirea mișcărilor cuiva. Când am lucrat ca investigator, am avut un caz în care un potențial suspect era acuzat că a descărcat și a oferit acces la pornografie infantilă (fotografii și înregistrări video). Acest potențial suspect era foarte atent să șteargă orice urmă a activității sale, folosind un program special de ștergere. Folosea un nume fals pentru a se înregistra într-un cont de e-mail, pe care îl lega apoi de o falsă adresă de e-mail. Când naviga pe site-uri dezgustătoare, folosea servere proxy, servere care ascund informațiile de identificare de tipul adresei IP și serviciului de internet pe care-l utilizezi. În acest exemplu, gândește-te la adresa IP ca la un cod personal de identificare atunci când navighezi sau postezi ceva pe internet. Prin folosirea unui server proxy, el utiliza ceea ce credea a fi o adresă IP anonimă care îl identifica drept altcineva pe acel site pe care naviga și către router-ele prin

care trecea traficul său de date pentru a ajunge la site-ul de destinație. E cam același lucru cu a te prezenta unui necunoscut ca fiind o altă persoană. El era foarte atent să șteargă din computer toate urmele activității sale online. Totuși, nu a ținut cont de faptul că serverul proxy a păstrat înregistrările logărilor sale cu adresa IP reală; serverul era tot din Statele Unite, astfel că a fost ușor ca detectivul să obțină un mandat și să trimită o scrisoare oficială de păstrare a datelor către serviciul de proxy. Când și-a creat conturile false de e-mail, nu a folosit un server proxy, dezvăluindu-și adevărata identitate pe serverul de e-mail. Nici când a navigat și a postat pe site-uri dezgustătoare de pe smartphone-ul său nu a folosit un server proxy. În cele din urmă, a folosit cam același nume și avatar indiferent pe unde naviga pe internet. De exemplu, contul său fals de e-mail includea și numele „X". El se folosea de acest nume când posta pe site-urile dezgustătoare, dar s-a folosit de el și când a postat pe alte bloguri și site-uri, precum CNN.com, utilizând și adresa IP reală. Era foarte atent să golească cache-ul și istoricul browserului și, așa cum am menționat deja, folosea programe de ștergere pentru a scăpa de fotografiile și înregistrările video compromițătoare din computerul său. A șters și toate imaginile de pe telefonul smart. Totuși, nu a șters fotografiile din copia de siguranță a telefonului smart pe computer, după cum nu a șters istoricul din Real Player (pe care-l folosea pentru a vedea înregistrările video). Nu și-a putut șterge urmele din regiștri, ceea ce mi-a permis să-mi fac o imagine mai detaliată decât mi-aș fi dorit asupra activității sale. Acestea sunt doar câteva dintre lucrurile pe care nu le-a rezolvat pentru a-și face acțiunile de nedetectat. De-a lungul activităților sale, a lăsat un șir de piese de puzzle digital care, puse toate cap la cap, au creat o imagine foarte detaliată a implicării sale în activități ilegale. Nu pot spune cum s-a încheiat acest caz, dar pot spune că el a învățat pe propria piele că pe internet nu ești nici pe departe atât de anonim pe cât crezi și că e practic imposibil să înlături toate urmele activităților tale.

Autoritățile statului se folosesc de rețelele de socializare pentru a prinde infractori, adesea în operațiuni sub acoperire.

În 2006, am făcut o prezentare la o conferință a Procuraturii din California. Pe atunci rețelele de socializare abia intraseră în uzul comun. Unul dintre procurorii pe care i-am cunoscut la conferință mi-a povestit o întâmplare în care rețelele de socializare l-au ajutat să prindă un infractor. Poliția avea o bănuială că un anumit suspect coordona o bandă de hoți. Orice ar fi făcut, nu-l puteau determina să mărturisească și nu aveau suficiente dovezi să-l rețină. Cu toate acestea, unul dintre detectivii mai tineri a propus să cerceteze pagina de MySpace a prietenei lui. Prietena lui era atât de mândră de omul ei, încât postase fotografii cu băiatul ei cel rău și sexy care ținea în mână câteva dintre obiectele furate. Poți să ghicești cum s-a terminat totul când suspectul a fost confruntat cu dovezile găsite împotriva lui.

Autoritățile și firmele comerciale au anumite programe foarte puternice de agregare a rețelelor de socializare pe care le folosesc pentru a-și face o imagine mai clară despre prezența online a cuiva. Unele companii dezvoltă sau au deja instrumente ce se folosesc de analiza comportamentului pentru a face legătura între diverse identități în vederea stabilirii dacă aparțin sau nu aceleiași persoane sau dacă mai multe persoane se ascund în spatele aceleiași identități. Aceste instrumente sunt impresionante și utile. Prin analiza tiparelor de comportament, a stilului scriiturii, a folosirii cuvintelor, gramaticii și așa mai departe, sunt izolate anomaliile, stabilindu-se astfel dacă sunt mai mulți care postează pe un cont ce se presupune că ar aparține unei anumite persoane sau identificând semnătura unică a cuiva, chiar dacă acea persoană se folosește de instrumente pentru a o ascunde.

Cum funcționează? Analiza predictivă

O bună prietenă de-a mea a făcut un copil. N-aveam nici cea mai vagă idee ce să-i iau, așa că am început să caut online după idei despre ce să-i iau unei proaspete mămici pentru bebelușul ei. M-am lăsat distrasă și am început să citesc tot

felul de bloguri și articole despre bebeluși. Apoi le-am întrebat pe prietenele mele de pe un site de socializare ce să-i iau unei proaspete mămici pentru bebelușul ei. Iar următoarea dată când m-am logat pe contul de e-mail (care desigur era legat de motorul de căutare și de site-ul de socializare pe care le utilizasem anterior), aveam în inbox diverse reclame la produse pentru bebeluși. Sunt sigură că cei mai mulți dintre cei care citesc această carte au avut experiențe similare. Acesta este un exemplu de marketing personalizat pe bază de analiză predictivă. Am un prieten care lucrează pentru o firmă de marketing personalizat. Când l-am întrebat despre asta pentru această carte, mi-a spus că firma lui era atât de bună în a strânge informații despre oameni și a le pune cap la cap, încât, dacă i-aș fi dat o adresă de e-mail, era foarte probabil să-mi poată spune numele real al persoanei respective, adresa, cât câștigă, unde lucrează, ce prieteni are, numele partenerului și al copiilor și ce hobby-uri are. Mi-a spus că această firmă putea să anticipeze cu multă acuratețe când și unde se va duce în vacanță o persoană, ce fel de mașină urmează să-și cumpere și când, care va fi următoarea sa achiziție și unde e probabil să se găsească în orice zi, la orice oră. Marketingul personalizat și analiza predictivă prin intermediul site-urilor de socializare sunt o mare afacere, iar informațiile despre tine și tiparul tău de viață valorează o groază de bani. Cei din publicitate au fost deștepți și au învățat cum să facă un capital din asta.

Cei mai mulți dintre oameni își mențin un tipar de viață care este ușor de anticipat, odată ce este cunoscut. Nu e greu să se determine unde locuiești, unde lucrezi, la ce restaurante mergi, cine sunt prietenii tăi, cine este partenerul tău de viață, dacă ai sau nu copii, ce fel de activități desfășori, care-ți sunt interesele și ce anume îți place să cumperi. Gândește-te la viața ta: chiar dacă ești o persoană ocupată și simți că ești mereu pe fugă și că faci tot felul de lucruri, probabil că ai o viață destul de rutinieră ce urmează un tipar predictibil. Analiza predictivă este o asociere de diverse protocoale și aplicații care le permite companiilor de publicitate sau altora să identifice o semnătură unică sau un tipar de viață — ale *tale*.

HTML 5

Apariția și utilizarea de HTML 5 și de browsere cu identificarea localizării au ajutat la perfecționarea analizei predictive, făcând-o să devină incredibil de precisă. HTML 5 poate face legătura dintre browser și localizare. Chiar dacă în paragraful de mai jos este vorba despre Firefox, aproape toate browserele suportă browsingul cu identificarea localizării și HTML 5:

> Website-urile care folosesc browsingul cu identificarea localizării te vor întreba unde ești pentru a-ți oferi informații mai relevante sau ca să economisești timp la căutare. Să spunem că ești în căutarea unei pizzerii din zona ta. Un website va putea să-ți ceară localizarea pentru ca o simplă căutare după pizza să-ți aducă răspunsurile de care ai nevoie... fără să fie nevoie de alte informații sau să tastezi suplimentar. Dacă ești de acord, Firefox culege informații despre punctele de acces wireless din apropiere și despre adresa IP a computerului tău. Apoi Firefox trimite aceste informații către Google Location Services, furnizorul de servicii de geolocalizare, pentru a obține o estimare a locului în care te afli. Această estimare a locului în care te afli este apoi transmisă website-ului respectiv. Firefox solicită localizarea doar atunci când website-ul respectiv face o astfel de solicitare și transmite locul în care te afli doar cu aprobarea utilizatorului. Firefox nu detectează și nu reține localizarea ta în timp ce navighezi[3].

De exemplu, anunțurile pot fi alese doar pentru tine, cum ar fi recomandarea unui restaurant pe baza locului în care te afli la un moment dat. Coordonatele geografice sunt extrase direct din browser, așa că nu contează dacă ești la laptop sau la smartphone. Indiferent ce website vizitezi sau ce serviciu de internet folosești, *ei* pot să-și obțină cu ușurință datele de localizare.

Servicii de localizare

Cu fiecare postare pe care o faci pe rețelele de socializare, lași în urmă niște firimituri digitale sau niște piese de puzzle pe care cineva le poate urma sau pune cap la cap. Unele site-uri de socializare îți permit să dai check-in, postând astfel coordonatele tale geografice sau informațiile de localizare. Pentru a înțelege cu adevărat acest concept, trebuie să vorbim despre serviciile de localizare folosite de website-urile pe care le vizitezi sau de aplicațiile de pe telefonul tău care indică locul unde ești și îți permit să folosești programe de navigare, să dai check-in pe Facebook sau pe alte rețele sociale cu locul în care te găsești sau să găsești ceva în apropiere de locul în care te afli în prezent. Serviciile de localizare se folosesc de informații primite prin rețelele celulare sau GPS pentru a stabili locul aproximativ în care te găsești. Mulți dintre voi ați observat, probabil, că, atunci când instalați diverse aplicații, primiți pe telefon un mesaj în care sunteți întrebați dacă permiteți ca aplicația respectivă să vă folosească datele de localizare. De exemplu, eu am pe telefon o aplicație de localizare a cafenelelor Starbucks pe care o folosesc atunci când sunt într-o zonă necunoscută și mi se face de urgență poftă de ceva de la Starbucks. I-am permis aplicației să-mi folosească datele de localizare ca să-mi poată spune, în funcție de locul aproximativ în care mă aflu, unde este cel mai apropiat Starbucks. De asemenea, le-am permis celor de la Facebook și de la alte site-uri de socializare să-mi acceseze serviciile de localizare pentru ca oamenii să știe unde mă aflu atunci când postez ceva. Câteva site-uri matrimoniale, precum SinglesAroundMe sau Match.com, au aplicații bazate pe servicii de localizare. Ambele se folosesc de serviciul tău de localizare pentru a stabili unde te afli exact și pentru a te anunța dacă locuiește prin apropiere cineva cu care te-ai putea potrivi. Ați putea astfel să stați de vorbă și să vă întâlniți, dacă dorești.

Datele EXIF

Celălalt concept despre care trebuie să vorbim sunt datele EXIF. EXIF înseamnă Exchangeable Image File și sunt meta-datele care intră în aparatul foto. Majoritatea camerelor foto, digitale sau ale telefoanelor mobile au activate din fabrică datele EXIF. Dacă datele EXIF sunt activate, atunci când faci o fotografie aceste date se atașează fotografiei, dar nu le putem vedea decât dacă ne folosim de instrumente speciale, cele mai multe dintre ele gratuite și la dispoziția oricui pe internet. Datele EXIF conțin informații despre fotografie de tipul: unde a fost făcută (cu coordonatele geografice exacte), cu ce fel de aparat (inclusiv numărul unic de identificare) și multe alte detalii care oferă informații despre tine.

În 2012, un angajat la Burger King din Mayfield Heights, Ohio, a postat pe site-ul 4chan.com — un site de socializare cu imagini unde utilizatorii pot să posteze fotografii și să scrie comentarii — o fotografie cu cineva care intra încălțat într-o cadă de baie plină cu salată: „Asta e salata pe care o mănânci la Burger King“. Cei care au postat au crezut că sunt anonimi pentru că în fotografie nu se vedea niciun detaliu de identificare sau așa au crezut ei. Fotografia conținea date EXIF și coordonatele geografice, așa că utilizatorii, supărați, au putut să detecteze exact restaurantul Burger King unde fusese făcută fotografia. Odată contactate mass-media locale, cei trei angajați responsabili pentru realizarea și postarea fotografiei au fost identificați rapid și dați afară[4].

Cookies

Și cookies colectează informații despre tine. Un cookie este o informație plasată în dispozitivul tău de către o aplicație sau un website care păstrează informații despre tine, precum adresele tale de e-mail, ce anume cauți, ce anume cumperi sau, pentru o mai bună corelare a datelor, informații unice ale dispozitivului pe care-l utilizezi. Ca să strângă și

mai multe informații despre tine, unele companii folosesc programe pentru a citi cookies ale altor companii. Programul respectiv reține ce anume ai căutat, ce anume ai cumpărat, precum și adresele tale de e-mail, pentru ca reclamele acelei companii să-ți poată fi adresate. Acestea se numesc super cookies, Flash cookies și/sau zombie cookies. Aceste super cookies nu sunt păstrate în același loc în dispozitivul tău unde se găsesc celelalte cookies, ceea ce le face mai greu de găsit și de eliminat. Chiar dacă folosești regulat funcția browserului tău de a șterge cookies, aceasta nu va funcționa pentru super cookies. Așa cum afirmă Ebezine.com:

> Noul limbaj web și opțiunile sale suplimentare prezintă mai multe posibilități de urmărire pentru că tehnologia se folosește de un proces în care mari cantități de date pot fi colectate și păstrate pe hardul utilizatorului atunci când acesta este online. Datorită acestui proces, publicitarii și cloudingul, susțin specialiștii, pot vedea săptămâni sau chiar luni de date personale. Asta poate să însemne locul unde se află utilizatorul, fusul orar, fotografiile, textele de pe blog, conținutul coșurilor de cumpărături online, e-mailuri și un istoric al paginilor web vizitate[5].

Exact asta s-a întâmplat când am căutat un cadou pentru bebelușul prietenei mele, iar apoi am primit reclame personalizate pentru mine de la alte site-uri de haine pentru nou-născuți pe care nici măcar nu le vizitasem. Site-urile cu servicii de e-mail precum Google și Yahoo pot și ele să colecteze informații despre tine. Motoarele de căutare, paginile de web-mail și rețelele de socializare îți alcătuiesc toate un profil, în funcție de lucrurile pe care le cauți în caseta de căutare sau de anumite cuvinte-cheie din mailul tău, iar asta pentru a direcționa către tine reclame personalizate chiar pe paginile vizitate. De exemplu, dacă ești pe un forum sau folosești web mailul pentru a vorbi despre mașini, web mailul sau motorul de căutare poate extrage cuvintele

cheie și, în funcție de text, poate direcționa către tine reclame personalizate în timp real, pe acea pagină. Astfel de site-uri mai pot și să caute după cuvinte-cheie din mailul tău, colectând datele pentru a-ți crea un profil și să-ți poată vinde diverse sau ca să-l poată vinde altor companii de publicitate. Prin colectarea și analizarea conținuturilor tale și prin aplicarea analizei predictive pot să personalizeze rezultatele de căutare în funcție de tiparele tale de viață. Căutând pe Google cățeluși, ai șanse ca Google să-ți ofere rezultate adaptate zonei în care locuiești sau personalizate sub o altă formă, în funcție de căutările tale sau de comportamentul tău virtual. Poți foarte bine să testezi asta. Mergi pe un motor de căutare și caută un anumit lucru. Roagă-l pe un prieten dintr-un alt loc să caute folosind același motor de căutare și același cuvânt, iar apoi compară rezultatele. S-ar putea să fii surprins cât de diferite și de personalizate sunt.

Arta posibilului: cât sunt de buni în a face rost de datele tale

Pe la începuturile rețelelor peer-to-peer (P2P)*, unii oameni care foloseau P2P și care doreau să pună în comun informații din calculatoarele lor nu reușeau să utilizeze controalele de acces adecvate din program pentru a permite altcuiva, care folosea același program P2P, accesul la întregul lor hard. Asta încă se mai întâmplă. Programe și aplicații pot să aibă acces la alte programe și aplicații din sistemul tău. De exemplu, dacă nu-ți place interfața standard de SMS de pe smartphone-ul tău și alegi să folosești altă aplicație pentru a vedea și a trimite mesaje, pentru ca programul să funcționeze, trebuie să-i dai acelei aplicații secundare de SMS acces la programul tău inițial de SMS, la istoricul de mesaje și la lista de contacte. Cei care au creat acea aplicație ar putea

* Tip de arhitectură între serii de computere care să faciliteze activitatea și performanțele acestora. (*N.t.*)

să-ți colecteze mesajele, istoricul, lista de contacte și tot ce este asociat cu SMS-ul. Combinate cu coordonatele tale geografice și cu alte informații obținute din dispozitivul tău, acea companie secundară poate aduna multe informații despre tine. Majoritatea aplicațiilor îți spun ce anume colectează și ce fac cu datele tale în termenii și condițiile de utilizare, dar nu sunt neapărat obligate să respecte asta, mai ales dacă firma care a creat acea aplicație e dintr-o altă țară, și nu din Statele Unite. Această firmă poate foarte bine să-ți vândă datele.

Nu e obligatoriu ca aplicațiile să fie autonome sau independente. Unele aplicații, în funcție de accesul pe care îl au la dispozitivul tău, ar putea să citească și să adune informații din alte aplicații. Un browser ar putea (asemenea acelui P2P prost configurat de mai sus) să aibă acces la alte zone ale hardului sau dispozitivului tău și să adune informații de la alte servicii și aplicații. De exemplu, dacă ai documente confidențiale deschise pe calculator și ai și browserul deschis, tehnic vorbind e posibil ca acel browser să citească acele documente. Nu vreau sub nicio formă să spun că aplicațiile rețelelor de socializare sau browserele fac asta de obicei sau se infiltrează prin alte zone, dar e fezabil și nu e dificil din punct de vedere tehnic, în funcție de accesul pe care îl au la celelalte zone ale dispozitivului tău. Aveam pe smartphone aplicația unei rețele de socializare și am primit un SMS de la o prietenă de-a mea pe care ea l-a mai trimis și altor trei persoane pe care eu nu le cunoșteam și care nu erau în agenda mea. Datorită unor interese asemănătoare, am început o conversație cu una dintre celelalte persoane din SMS. La finalul conversației private, am adăugat acea persoană și numărul său de telefon în agendă. Când am revenit la aplicația rețelei de socializare, numele femeii pe care tocmai o adăugasem în agenda telefonică și pe care nu o întâlnisem și cu care nu mai vorbisem niciodată până atunci îmi era sugerat de către aplicația respectivă drept cineva pe care-l cunosc și cu care vreau să mă împrietenesc. Se poate să fi fost o coincidență și nu spun că nu a fost; totuși, a naibii coincidență! Mai mult decât atât, pentru că știu că e posibil din punct de vedere

tehnic și că e ușor pentru aplicațiile rețelelor de socializare să adune informații și din aplicația mea de SMS, și din telefonul meu, pe care să le folosească apoi pentru a face sugestii, m-am gândit imediat că exact asta s-a întâmplat.

Să vedem ce poate face cineva rău intenționat

Chiar dacă o persoană care te vizează nu recurge la un program de analiză predictivă sau la un furnizor de servicii internet ori la o companie ale cărei aplicații le folosești, poate fi totuși surprinzător de ușor pentru un om obișnuit să alcătuiască profilul cuiva în funcție de identitățile lui virtuale.

Să spunem că am postat o fotografie pe un website ca 4chan.com de pe un cont care conduce la mine. Tu o poți descărca (folosind un instrument utilizat de regulă în cercurile de criminaliști, numit IrfanView[6]) și să vezi foarte ușor datele EXIF ale fotografiei, inclusiv coordonatele mele geografice, care ar arăta cam așa:

DataOra: 2013:04:15 14:19:15
Informații GPS
Latitudine GPS: 38 51.75 0 (38.861833)
Longitudine GPS: 77 22.49 0 (77.374500)

Datele EXIF nu mai conțin și alte informații, dar am vrut să-ți arăt cea mai relevantă informație pentru ceea ce discutăm. Folosind același program, pot să introduc coordonatele geografice (le-am schimbat puțin) pe Google Earth și să văd exact unde eram când am făcut acea fotografie.

E suficient să detectezi datele de localizare și alte conținuturi ale cuiva, obținute prin intermediul rețelei de socializare, și, urmând calea pe care ne duc datele EXIF din fotografii, putem începe să ne dăm seama de obiceiurile unei persoane. Folosind Google Earth, oricine poate să obțină o reprezentare vizuală foarte bună a locului unde ai fost și să

stabilească un tipar al vieții tale cotidiene. De exemplu, dacă e să mă urmărești pe mine după un site de socializare care nu elimină datele EXIF ale fotografiilor pe care le postez, ai putea să afli o grămadă de informații despre mine. Ai putea să stabilești unde îmi place să mă duc și de unde sunt făcute majoritatea postărilor mele, de unde ai putea presupune că e adresa mea de acasă. Dacă utilizezi un site de socializare care elimină datele EXIF ale fotografiilor postate, poate că am postat cu aplicația de localizare deschisă, iar asta o să-ți arate data și ora și unde eram exact când am făcut acea postare. Poate că discut frecvent despre anumite locuri unde îmi place să merg, așa cum fac majoritatea oamenilor. De exemplu, aș putea posta: „E vineri, așa că am șters-o la Bollywood Bistro. De fiecare dată mâncarea e așa de bună că mor după ea". Oricine poate folosi un motor de căutare pentru a vedea exact unde se află Bollywood Bistro și să-și dea seama din spusele mele că probabil mergem acolo în fiecare vineri.

În funcție de informațiile mele de localizare și de conținutul postărilor, ai putea să determini și să faci un top al primelor zece locuri în care îmi petrec timpul, inclusiv unde lucrez și unde mă duc de regulă sâmbăta la zece dimineața. Să spunem că ești rău intenționat și vrei să mă agresezi. Prin simpla urmărire a locurilor de unde postez și a datelor EXIF, poți să stabilești că pe 16 martie m-am mutat de la Arlington la Fairfax, pentru că atunci s-au schimbat brusc informațiile de localizare ale postărilor mele. Pe baza datelor de localizare și a datelor EXIF, îmi afli adresa. Poți să faci o inginerie inversă și să-mi urmărești postările anterioare ca să vezi că, de cele mai multe ori, am postat de acasă. Acum știi și asta. Vezi că am un cățel pe nume Horatio și că nu am copii. Chiar dacă nu-mi afișez ziua de naștere în profilurile rețelelor de socializare, ți-ai da seama de ea după urările de la mulți ani. Postez despre soțul meu și despre lucrurile pe care ne place să le facem. Urmărindu-mi postările, poți să descoperi și când e ziua lui, și când e aniversarea noastră. Poți să-ți dai seama cine sunt prietenii mei și familia mea, poți afla lucruri de genul: numele de fată al mamei mele și unde am fost la

școală. Poți vedea când mi-am luat mașină nouă pentru că am postat o fotografie cu ea. În fotografie, nu doar că vezi fabricantul și modelul mașinii, dar poate că din greșeală am postat o fotografie în care se vede plăcuța de înmatriculare. Acum să mergem pe LinkedIn. Ai acum acces la toți angajatorii mei anteriori și la actualul angajator. Poți vedea mesajele colegilor mei de acum sau din trecut. Mai poți vedea și unde lucrează bărbatul meu. Acum putem să mergem pe internet și să căutăm și mai multe informații personale. E foarte ușor să faci rost de numărul meu de telefon, plătind în schimb o taxă foarte mică. Poți avea acces la cazierul meu judiciar și poți vedea dacă sunt proprietara unei case, unde este aceasta, cât am dat pe ea și cât valorează. Uneori poți obține numărul de asigurări sociale din diverse arhive ale tribunalelor, în special arhive cu cazuri de divorț sau de faliment; anumite state americane postează online numărul de asigurări sociale pentru încălcări ale regulilor de circulație. Pe baza postărilor mele, chiar dacă e vorba doar despre un „like" la postarea altcuiva, poți să-ți faci o idee despre vederile mele politice, despre interesele și personalitatea mea — cine sunt eu ca om. Pe lângă arhivele publice, mare parte dintre aceste lucruri pot fi obținute ca urmare a lucrurilor pe care am ales să le fac publice despre mine.

Nimic din toate aceste informații luate în sine nu înseamnă mare lucru. Dar acum hai să așezăm piesele de puzzle una câte una. Cunoști următoarele: adresa mea de acasă, fosta mea adresă, ziua mea de naștere, numele și ziua de naștere ale bărbatului meu, numele câinelui meu (întrucât nu am copii, numele lui ar putea fi o parolă), numele tuturor membrilor familiei mele și datele lor de naștere (poate că ai noroc și obții numele de fată al mamei mele), unde am fost la școală, marca și modelul mașinii mele și data la care am cumpărat-o (s-ar putea să ai chiar și numărul de înmatriculare), tot istoricul meu profesional, inclusiv intervalele în care am lucrat la fiecare firmă (și probabil că ai putea să-ți dai seama și cine erau șefii mei la fiecare loc de muncă), istoricul profesional al soțului meu și numărul meu de telefon. Se

poate chiar să fi fost norocos și să ai și numărul meu de asigurări sociale. Sunt multe informații care, puse cap la cap, creează o imagine foarte detaliată a vieții și a persoanei mele. Toate astea nu sunt menite să te sperie, ci doar să te facă să fii conștient că lucrurile pe care le postezi transmit multe informații despre tine — mai multe decât ai crede — și să te facă să te gândești ceva mai mult la ce postezi și cum ar putea fi folosite împotriva ta.

Ce poți face ca să te protejezi

Această carte nu este menită să fie un ghid de securitate informatică. Pe internet există multe ghiduri foarte bune care să te învețe cum să-ți securizezi și să-ți blochezi dispozitivele digitale. Totuși, vom discuta despre câteva elemente de bază. Cel mai important lucru e să devii conștient de felul în care te prezinți online. Caută informații despre tine și începe să te uiți cronologic la lucrurile pe care le-ai postat, exact așa cum ar face cineva care vrea să culeagă date despre tine. E aproape imposibil să elimini complet informațiile de pe internet. Odată ajunse acolo, acolo rămân. Într-un capitol ulterior o să discutăm mai în detaliu despre cum conținuturile nu se șterg niciodată complet și despre serviciile de ștergere ca Reputation.com.

Reguli după care să trăiești și să postezi

Înainte de a posta ceva, stăruiește puțin asupra regulilor următoare:

1. Setările de confidențialitate nu te protejează. Pornește de la presupunerea că tot ce postezi poate fi văzut de toată lumea.
2. Tot ce postezi e bun postat și nu poate fi eliminat niciodată de pe internet. Chiar dacă tu ștergi ceva, acel ceva continuă să rămână pe acolo pe undeva.

3. Dacă postarea nu este ceva ce ai arăta oricui, atunci n-o posta.
4. Dacă nu ai împărtăși cu șeful tău acea informație, atunci n-o posta.
5. Dacă postezi ceva care lezează pe cineva sau dacă e ceva ce nu i-ai spune în față, nu posta.
6. Dacă e ceva care într-o zi ți-ar putea face rău, ceva de care te-ai putea rușina sau care i-ar leza pe copiii tăi, nu posta.
7. Dacă ești foarte furios, așteaptă o zi înainte să postezi. Să postezi ceva în această stare duce aproape de fiecare dată la regrete.
8. Așa cum nu dai telefoane când ești beat, nici nu posta într-o asemenea stare.

Informația este putere: citește și ia la cunoștință termenii și condițiile de utilizare

Informația este putere, ai înțeles asta. Înainte de a te înscrie pentru orice serviciu, website sau aplicație, citește cu atenție termenii și condițiile de utilizare și familiarizează-te cu opțiunile și setările de confidențialitate. În majoritatea cazurilor ți se spune exact, într-un limbaj de regulă ușor de înțeles, ce informații sunt colectate despre tine și cum sunt folosite conținuturile tale.

Browsing privat

Majoritatea browserelor au funcția de *private browser* sau de *incognito*, care nu va salva cookies pe dispozitivul tău. De câte ori vei naviga pe un site preferat folosindu-te de această opțiune e ca și cum ar fi pentru prima dată, ca și cum n-ai mai fi fost niciodată pe acel site. Funcția de browsing privat va accepta un cookie al unui website pe care-l va șterge apoi când închizi browserul. Firefox și Chrome au funcție de browsing

privat sau incognito pentru dispozitivele Android. Chrome are o aplicație care permite browsing incognito pentru IOS, așa că va funcționa pentru majoritatea dispozitivelor iPhone și iPad. E important să înțelegi că asta nu te face anonim. Furnizorii de servicii internet și site-urile pot încă să dea de urma ta.

Browsingul privat nu va salva:

- Paginile vizitate: nicio pagină nu va fi adăugată în lista de site-uri din meniul History, în lista din Library sau în lista de adrese Awesome Bar.
- Form și Search Bar: nimic din ce introduci în căsuțele de căutare pe paginile web sau în bara de Search nu va fi salvat pentru autocompletare.
- Parole: nu va fi salvată nicio parolă nouă.
- Lista de descărcări: în fereastra de Downloads nu se va regăsi niciun fișier după ce închizi browserul.
- Cookies: cookies păstrează informații despre website-urile pe care le vizitezi, informații de tipul: preferințe, statusul de logare și date utilizate de plugin-uri ca Adobe Flash. Cookies mai pot fi folosite și de terțe persoane pentru a-ți urmări activitatea pe internet. Pentru mai multe informații despre asta, vezi Cum activez opțiunea *Do-not-track* (nedetectabil).
- Cache Web Content și Offline Web Content and User Data*: nu vor fi salvate fișierele temporare (fișiere chache) și nici fișierele pe care website-urile le salvează pentru utilizare offline[7].

* Conținutul cache, Conținutul offline și Datele Utilizatorului (engl.). (*N.t.*)

Șterge cookies, history și cache

Dacă nu vrei să folosești opțiunea de browsing privat, dar nici nu vrei să lași urme ale activității tale pe computer, ai grijă să ștergi regulat istoricul site-urilor vizitate, conținuturile cache și cookies. E important să înțelegi că prin ștergerea lor de pe hard sau din alt dispozitiv nu împiedici decât accesul *tău* la ele. De asemenea, de reținut: reformatarea nu elimină neapărat datele. În majoritatea cazurilor, instrumentele de investigare pot să readucă ce s-a șters, pentru că fișierul continuă să fie acolo până când se scrie peste el. Când ștergi un fișier din majoritatea sistemelor de operare, tehnic vorbind nu elimini decât calea de acces către el. Singura modalitate de a șterge cu adevărat un fișier este cu ajutorul unui program special de ștergere precum CCleaner[8], care este gratuit și care curăță de mai multe ori spațiul ocupat de fișierul respectiv. Dar chiar și așa există instrumente care pot să regăsească fișierul (fișierele).

Dezactivează datele EXIF și folosește inteligent serviciile de localizare

Fără datele EXIF din fotografii, site-urile rețelelor de socializare și aplicațiile nu pot extrage datele tale de localizare din poze. De asemenea, cei care-ți descarcă fotografiile de pe paginile rețelelor de socializare care păstrează datele EXIF ale pozelor nu vor putea să obțină informații despre tine din datele EXIF. Ai opțiunea de a dezactiva serviciile de localizare ale dispozitivului pe care-l folosești. Pentru Android și IOS de la Apple, te duci la Setări (*Settings*) și dezactivezi datele EXIF pentru fotografii. De asemenea, gândește-te înainte de a le da voie aplicațiilor să-ți acceseze datele de localizare.

Apoi, pentru a putea să folosești aplicațiile și serviciile pe care ai ajuns să te bazezi, trebuie să oferi totuși *câteva* informații despre tine. Da, sunt câteva lucruri pe care le poți face pentru a-ți proteja intimitatea, dar nu uita că informația

e putere. E foarte ușor pentru cineva să pună cap la cap un tipar de viață în funcție de ceea ce postezi. Dar nu dispera: așa cum vom vorbi în următoarele capitole, ai capacitatea de a-ți controla imaginea virtuală și de a o face să apară exact așa cum dorești.

><(((o>

Capitolul 3
Percepția e totul

În anii 1980, o reclamă populară pentru șamponul *Head and Shoulders* susținea că *nu mai ai a doua șansă să faci acea primă impresie.* Această afirmație nici că putea fi mai adevărată. În plus, dacă faci o primă impresie bună, nu-ți va fi greu să întreții acea impresie. Dar, dacă faci o primă impresie negativă, îți va fi greu să schimbi percepția celorlalți despre tine. De aceea e atât de important ca prima impresie să fie una pozitivă. Să faci o primă impresie bună poate fi un factor decisiv în a fi sau nu acceptat într-un post, în a ți se accepta sau nu invitația în oraș ori în a avea sau nu o relație personală sau profesională bună cu cineva. Cei mai mulți dintre noi nu ne dăm seama de prima impresie pe care le-o facem celorlalți; pur și simplu nu ne gândim la asta.

Întâlnim zilnic oameni noi și îi evaluăm constant, indiferent dacă ne dăm sau nu seama de asta. După cum și ceilalți ne evaluează pe noi. Pentru ca acest proces de evaluare să fie mai ușor, creierul nostru adună și păstrează amintiri și asocieri învățate într-un fel de bază de date personală. Asocierile învățate pot să includă presupuneri de tipul „îmbrăcăminte neîngrijită egal lene". Sau putem să asociem o atitudine bună cu încrederea în sine sau agitația cu o persoană schimbătoare și nedemnă de încredere. Se poate să nu ne placă de cineva pur și simplu pentru că-i asociem parfumul cu cineva de care ne-am despărțit cu ani în urmă. Când cunoaștem pe cineva nou, accesăm această bază de date pentru a stabili dacă ne este prieten sau dușman și dacă avem ceva în comun cu

această persoană. Subconștient, îi judecăm în permanență pe ceilalți în funcție de baza noastră personală de date, plină cu amintiri și asocieri, și întregul proces are loc într-o fracțiune de secundă. Un studiu efectuat în 2009 de psihologul Alex Todorov de la Universitatea Princeton a stabilit că oamenii fac această evaluare inițială în numai o zecime de secundă[1]. O zecime de secundă este un interval incredibil de scurt pentru o primă impresie durabilă! Poate să pară de necrezut că ne putem hotărî atât de repede dacă ne place sau nu cineva și dacă avem sau nu încredere în el, dar putem, și chiar o facem. Iar totul se întâmplă în afara înțelegerii noastre conștiente.

Cei mai mulți dintre noi dorim să creăm impresia că suntem încrezători în noi, că oamenii se pot baza pe noi, că suntem buni, atrăgători, muncitori, decenți și agreabili. Și cum facem asta în numai o zecime de secundă? Există pe piață o grămadă de cărți bune care îi învață pe cititori regulile înțelegerii și utilizării expresiilor faciale și ale limbajului corporal pentru a proiecta impresia dorită. Aceste reguli sunt minunate dacă vrei să faci o bună primă impresie și dacă dorești să ai o imagine bună în lumea fizică, dar cum rămâne cu lumea virtuală, unde nu ne permitem luxul de a ne folosi și de a descifra limbajul corporal? Cum putem să facem o primă impresie bună online? Ei bine, nu e chiar așa de diferit. E important să înțelegi că oamenii accesează și se folosesc tot de aceeași bază internă de date atunci când îți judecă profilul online. Tot aproape instantaneu vei fi evaluat și se va crea o percepție în funcție exclusiv de activitățile tale virtuale. Acest capitol îți va arăta cum ai putea să te prezinți greșit online și ce poți face să repari asta. Voi mai vorbi și despre modul în care oamenii îți percep și îți definesc personalitatea în funcție de ce și cum postezi.

În acest moment, majoritatea știm și ne așteptăm ca potențialii angajatori să se informeze despre activitățile noastre virtuale înainte de a ne angaja sau, dacă în prezent ești angajat, angajatorul s-ar putea să te verifice periodic. Multe firme au clauze de imagine și de moralitate în

contractul de muncă și vor să se asigure că respecți aceste cerințe contractuale. Nu uita că, deși ai viața ta personală, îl reprezinți pe angajator chiar și atunci când nu ești la serviciu. De aceea e important ca, atunci când postezi în rețelele de socializare sau pe alte site-uri, să încerci să-ți privești postările prin ochii unui necunoscut sau ai unui potențial angajator. Trebuie să ai grijă să nu fii perceput și etichetat, nici chiar din greșeală, drept ceea ce nu ești. Când intri într-o încăpere cu o atitudine greșită sau făcând gesturi agresive, de exemplu arăți cu degetul sau îți dai ochii peste cap, poți fi perceput și etichetat în diverse moduri: neglijent, nesigur sau arogant. O astfel de interpretare greșită se poate face și online, doar după cum postezi, de ceea ce postezi și de personalitatea care se degajă din postările tale. Ceea ce cred despre tine potențialii angajatori și colegi, oricât de eronat și neadecvat, va avea fără îndoială impact asupra posibilității de a fi angajat sau de a fi avansat, de a primi o mărire de salariu, de a primi anumite proiecte și asupra traiectoriei carierei tale în general. Lucruri destul de importante!

Ce s-ar putea să faci greșit

Nu uita că vrei să proiectezi despre tine imaginea unei persoane încrezătoare în sine, profesioniste și, mai presus de toate, de vârstă adecvată. Citește postările din exemplul următor și încearcă să ghicești vârsta lui X:

X: Dumnezeule, ce m-am mai distrat cu fetele aseară... păcat că toți băieții erau VARZĂ.

X: Abia aștept să o văd pe Jenny diseară. E cea mai bună prietenă a mea pe viață.

X: Șef = absolut varză; noul proiect = și mai varză.

X: Noul tip de la birou... Arată de pici... e super.

Te-ar surprinde să afli că aceste postări provin de la o specialistă de 50 de ani? Dacă șeful, colegii, potențialii angajatori sau specialiștii din comunitatea ei profesională ar vedea aceste postări, cel mai probabil că s-ar gândi la ea în același fel în care s-ar gândi dacă ar vedea-o îmbrăcată cu haine nepotrivite pentru vârsta ei. Pe scurt, nu ar fi luată în serios.

O postare versus întreaga identitate

Pe lângă a posta folosindu-te de o terminologie adecvată vârstei tale și din domeniul profesional potrivit, există anumite obiceiuri de postare pe care e bine să le eviți. Oamenii te vor judeca după *toate* conținuturile postate. Când postezi ceva, cel mai probabil că atunci te gândești la acea postare anume, dar când altcineva se uită *in toto* pe profilul tău online, va vedea întregul tablou și va pune laolaltă toate postările tale pentru a te defini. De aceea trebuie să te gândești la absolut fiecare postare ca făcând parte dintr-o imagine de ansamblu. Citește postările de mai jos și gândește-te la impresia pe care ți-o transmit despre cea care a postat:

1 martie 2013

> X: Sunt foarte obosită și de o oră vreau să mă culc, dar dracu' ăsta de copil nu vrea să adoarmă la loc.

În sine, această postare e inofensivă. X e obosită și cu toții o înțelegem: are un copil mic care nu o lasă să se odihnească. Poate că empatizăm cu ea și o percepem ca făcând tot ce poate. În acest context sintagma „drac de copil" poate părea amuzantă. Dar iată tiparul care răsare dacă pui cap la cap mai multe postări:

1 martie 2013

X: Sunt foarte obosită și de o oră vreau să mă culc, dar dracu' ăsta de copil nu vrea să adoarmă la loc.

2 martie 2013

X: Foarte obosită. De patru zile nu am mai avut pauză de masă. Lucrez cu niște idioți și dracu' ăla de copil m-a ținut iar trează toată noaptea.

2 martie 2013

X: Doamne, sunt atât de stresată. Urăsc să lucrez acolo. Nu vreau decât să dorm. Dracu' ăsta de copil de ce nu doarme?

2 martie 2013

X: Și bărbată-meu a stat iar până târziu la muncă. Asta a însemnat să gătesc iar de una singură și să culc copiii iar de una singură. Dracu' de copil e supersucit. Uneori simt că nu mai suport acest copil. Probabil că nici în noaptea asta n-o să dorm deloc.

3 martie 2013

X: Azi sunt liberă. Ura! Între copil și idioții de la muncă, azi-noapte nu am pus geană pe geană.

3 martie 2013

X: Ce zi liberă de kkt am avut! El a lucrat iar până târziu și normal că n-a mai făcut nimic prin casă să mă ajute. Am mai încălcat și dieta.

3 martie 2013

X: Ce are copilul ăsta de plânge atât? Dormi dracului odată!

Când citești toate postările astea, reiese o cu totul altă imagine a acestei persoane. Pare nemulțumită și stresată, după cum reiese și că nu reușește să facă față presiunii de a fi o mamă care are și serviciu. Cel mai probabil nu face decât să se descarce și nu intenționează să pară o persoană care se plânge tot timpul; cu toate acestea, când nu o poți judeca după altceva în afară de aceste postări, ți se pare extrem de negativistă și chiar puțin dezechilibrată. Nu postează nimic altceva decât nemulțumiri legate de muncă și de copil. Își consideră colegii niște idioți, ceea ce i-ar putea face pe unii s-o perceapă drept arogantă. Îi spune copilului de mai multe ori „drac de copil", ceea ce, într-o zi, când acel copil se va face suficient de mare ca să poată citi acele postări, ar putea să-l facă să se simtă rănit. Per total, impresia pe care ți-o faci despre ea e că nu e o persoană prea fericită. Când le-am arătat aceste postări mai multor persoane, reacția pe care am primit-o a fost aproape de fiecare dată aceeași: au perceput-o ca fiind o persoană lipsită de respect și arogantă, care-și privește de sus apropiații, colegii, pe șeful și pe soțul ei. Dacă ar fi să iei o decizie de angajare în funcție de aceste postări, mai mult ca sigur că nu ai dori să o angajezi.

Repet, atunci când postăm, suntem tentați să ne gândim pe moment fără să fim conștienți de cum se leagă toate aceste piese de puzzle între ele. N-am cuvinte să subliniez cât este de important ca, în crearea identității tale

virtuale și în deținerea controlului asupra percepției celorlalți, să privești fiecare postare nu doar în sine, ci și după cum se potrivește în imaginea de ansamblu, căci așa o vor vedea ceilalți.

Cum suntem, de fapt, percepuți versus cum credem că suntem percepuți

Chiar dacă anumite site-uri de socializare îți permit să postezi conținuturi la care să aibă acces doar niște cercuri bine definite de prieteni, nu trebuie să uităm că în rețelele de socializare regulile de confidențialitate se pot schimba. La un moment dat, acele cercuri private și bine controlate ar putea să devină accesibile pentru toată lumea. Prin urmare, chiar și atunci când postezi într-un cerc privat, postează ceva care să transmită și să susțină imaginea pe care dorești să o transmiți celorlalți. Specialiștii HR au acum luxul de a se folosi de rețelele de socializare pentru a cunoaște mai bine candidatul. Asta e extraordinar pentru companii, căci costă o grămadă de bani să angajezi, să formezi și să reformezi angajați. Specialiștii HR pot afla multe despre un potențial candidat de pe site-urile de socializare și prin folosirea tehnicilor despre care voi vorbi în capitolele 8 și 9. Prin folosirea acestor tehnici, ei pot să-și dea seama dacă o persoană a spus sau nu adevărul în CV-ul său.

Specialiștii HR pot să recurgă la limbajul corporal și o și fac în timpul interviului în scopul examinării potențialilor candidați. Totuși, așa cum am văzut în Capitolul 2, multitudinea de informații obținute din profilul cuiva este o modalitate mult mai bună de a evalua cine este cu adevărat acea persoană și ce anume o motivează. Se poate să fii expert în domeniul tău, dar dacă nu te poți înțelege cu ceilalți din echipă sau dacă nu răspunzi bine când ți se trasează sarcini, s-ar putea să fii considerat o alegere riscantă. E important să păstrezi asta într-un colțișor al minții de fiecare dată când postezi ceva.

Stiluri de postare

Există câteva stiluri de postare care e posibil să-i facă pe ceilalți să te eticheteze incorect, prin urmare e bine să te asiguri că stilul tău de postare nu se încadrează în niciuna dintre aceste categorii. Sigur, tuturor ni se întâmplă din când în când să avem o scăpare și să postăm ceva ce ar putea să facă parte dintr-una din aceste categorii, dar e bine să eviți să postezi tot timpul în acest fel. Când m-am ocupat de această parte, am arătat exemplele de mai jos mai multor grupuri de persoane, printre care și specialiști și manageri HR, și i-am întrebat cum percep persoana care a postat. Am mai adăugat și cele mai comune etichete și cuvinte-cheie folosite pentru descrierea tipurilor de personalitate.

Tipul „tot eu sunt mai tare"

Exemple

Postare: David, băiatul meu, tocmai a început să meargă, la numai un an!
Ba al meu: Super! Sage, băiatul meu a mers de la șase luni… mă rog, e mai deștept decât mulți copii de vârsta lui.

Postare: Tocmai am trecut linia de sosire la maratonul cutare.
Ba al meu: Ah, da? Și eu am alergat la acel maraton și la încă cinci, dar tot merită să fii mândru de tine.

Este acea persoană care postează de fiecare dată ceva care să surclaseze ce-au postat ceilalți. Grupul chestionat a descris în mare această persoană ca fiind arogantă și enervantă. Toți specialiști HR au spus că, dacă ar citi un profil de unde ar reieși în mod constant acest stil de postare, nu ar angaja

acea persoană, căci și-ar face griji că nu ar putea să lucreze bine cu colegii și ar putea să nu accepte îndrumarea superiorilor ierarhici. Acesta e un lucru foarte important la care să te gândești atunci când postezi. Să spunem că cineva discută despre un subiect pentru care tu ai experiență sau în care ești expert. Poți să-ți împărtășești cunoștințele, însă trebuie să o faci în așa fel încât să nu pari că vrei să-l pui în inferioritate pe celălalt. Există totuși și excepții: în anumite profesii, acest stil de postare poate fi perceput ca avantajos. De exemplu, dacă ești specialist în resurse umane la o firmă de avocatură și cauți să angajezi pe cineva cu abilități argumentative, ai putea să te uiți după o persoană care să manifeste trăsăturile unui „tot eu sunt mai tare".

Tipul „prea multe informații"

Exemple:

Prea multe informații: Am fost la magazin.

Prea multe informații: Am luat pui pentru cină.

Prea multe informații: Mamă, ce pui bun!

Prea multe informații: Mă uit la televizor.

Prea multe informații: E ca lumea emisiunea asta.

Prea multe informații: Mă duc la baie.

Aceștia sunt oamenii care spun totul celorlalți, cu o minuțiozitate îngrozitoare. Majoritatea celor pe care i-am întrebat mi-au spus că o astfel de persoană simte nevoia să vorbească, dar că pare plină de sine, cu nasul pe sus sau plictisită și fără nicio direcție. Din nou, e important să reții că specialiștii HR din grup au spus că nu s-ar înghesui să

angajeze o astfel de persoană, considerând că s-ar pierde prea mult în detalii și că i-ar fi greu să termine la timp ce are de făcut. Câțiva au spus, chiar, că o astfel de persoană ar fi, probabil, prea ocupată să posteze pe site-urile de socializare pentru a mai putea să-și facă treaba.

Tipul „încalcă limitele"

Exemple:

Încalcă limitele: Fosta tocmai a venit să lase copiii. I-a dus iar la McDonald's, ceea ce înseamnă că iar trebuie să fiu eu ăla rău care să le dea mâncare sănătoasă în următoarele câteva zile.

Încalcă limitele: Păi se pare că trebuie să repar DIN NOU!!! greșelile idioate ale șefului meu. A mai avut și tupeul să se plângă că azi am ajuns târziu la muncă și că nu mi-am terminat raportul la timp.

Grupul chestionat a considerat că această persoană postează astfel pentru că este furioasă și răzbunătoare în legătură cu ceva și vrea să-i pedepsească pe ceilalți spălându-și rufele în public. Specialiștii HR au spus că nu ar angaja o astfel de persoană, căci li se pare lipsită de profesionalism, imatură și chiar răutăcioasă. De asemenea, s-ar teme și că nu ar putea păstra confidențialitatea cu privire la secretele firmei. Să-ți speli rufele în public, cu prietenii apropiați sau în familie e una, dar e cu totul altceva să-ți porți bătăliile online, în văzul tuturor.

Tipul „dă-mi voie să te contrazic“

Exemple:

Postare: Am citit că în primăvara asta se poartă iar dungile.

Dă-mi voie să te contrazic: Asta a fost anul trecut. Tendința în primăvara asta e verde lime.

Postare: Păi Revista de Modă X zice că dungile sunt la modă.

Dă-mi voie să te contrazic: Revista de Modă X n-a știut niciodată să prevadă corect tendințele. Nou acum e verde lime, conform sursei 1, sursei 2, sursei 3...

Această persoană te va contrazice cu pasiune în legătură cu orice, doar pentru a-ți dovedi că are dreptate cu orice preț. Grupul chestionat a considerat că e posibil ca această persoană să fie foarte pasionată de acel subiect (tendințele primăverii), dar a părut totuși arogantă, incapabilă de compromis și de a colabora cu ceilalți. Dintre toate tipurile de personalitate, despre acesta specialiștii HR au fost cei mai vehemenți. Au perceput această persoană ca nefiind capabilă să lucreze în echipă și nici să înțeleagă sau să facă parte dintr-o ierarhie.

Tipul „vai mie“

Exemple:

Vai mie: Iar n-am putut să dorm. Copiii m-au ținut trează toată noaptea.

Vai mie: Doamne, ce zi grea am! Chiar am nevoie să beau ceva.

Vai mie: Șeful tocmai mi-a mai dat o tonă de muncă de făcut, chiar dacă sunt deja ocupată până peste cap.

Vai mie: Iar sunt copiii bolnavi. Cred că va trebui să mă învoiesc iar de la muncă și să mă duc cu ei la doctor. Și poate o să mă îmbolnăvesc și eu de la ei.

Această persoană e, probabil, doar deprimată și copleșită și dorește să fie ascultată. Totuși, este percepută în general drept cineva care se plânge tot timpul, cineva incapabil să se descurce cu dificultățile zilnice cu care ne confruntăm cu toții. Specialiștii HR pe care i-am întrebat au spus că s-ar gândi mult înainte să angajeze o astfel de persoană, considerând că e cineva cu care e greu să lucrezi, care ar inventa scuze că nu a reușit să respecte termenele-limită și care probabil că nu-și va face treaba.

Tipul „fata cu poză sexy"

Probabil că această persoană e în căutare de validare emoțională și, mai mult ca sigur, se simte nesigură. Grupul chestionat a perceput-o ca fiind tristă, disperată și în căutare de atenție. A mai fost percepută și ca imatură și lipsită de profesionalism.

Tipul „petrecăreț"

Această persoană vorbește adesea despre sine folosind cuvinte de tipul agățat și sexy și postează mereu poze cu sine petrecând. Acest stil de postare pare extrem de neprofesionist (și se poate chiar să fii dat afară din cauza lui, în funcție de așteptările de conduită ale firmei).

Exemplu:

Petrecărețul: [cu poze fără cămașă și bând *shot*-uri] Ia uite ce mișto arăt! Cu tovarășii la agățat... ca niște șmecheri...

Foarte interesant, majoritatea celor întrebați s-au alarmat pentru că și ei făcuseră greșeala de a posta chestii asemănătoare. Câțiva dintre ei și-au verificat imediat postările în rețelele de socializare! E important să reții că, din când în când, cu toții postăm conținuturi care intră într-una dintre aceste categorii, însă ideea e să nu postezi *mereu* aceste tipuri de conținuturi și să devii mai conștient de cum ești perceput în funcție de postările tale.

Cum îți gestionezi imaginea virtuală

Acum, că știi că oamenii te vor judeca în funcție de toate conținuturile postate, și nu doar de postările individuale, și acum, că înțelegi ce stiluri de postare pot să ducă la percepții negative, să aruncăm o privire peste cum să demarăm procesul de gestionare a imaginii personale. Primul pas în gestionarea identității tale virtuale este să devii conștient de stilul tău și de conținuturile postate. Următorul lucru pe care trebuie să-l facem e să privim toate conținuturile tale ca și cum ar fi fost create de altcineva. Trebuie să le privești cu ochi nepărtinitori și să pretinzi că citești conținuturile altcuiva, că-ți faci o impresie despre cine este acea persoană ca să-ți dai seama ce anume o motivează.

Răspunde la următoarele întrebări despre conținuturile tale ca și cum ai fi specialist HR:

- Ce impresie ți-ai făcut despre această persoană?
- Stilul acestei persoane se încadrează într-una dintre categoriile anterioare?
- Dacă da, în care? Cât de des?

- Ceilalți și-ar dori să se împrietenească sau să lucreze cu această persoană?
- Cum ar putea această persoană să-și schimbe modul în care postează pentru a-și îmbunătăți imaginea?
- Ce o face pe această persoană să fie unică și specială și ce îți place cel mai mult la ea?

Încadrarea și reîncadrarea

După ce ai răspuns la aceste întrebări, suntem gata să stăm de vorbă despre cum să încadrezi aceste postări pentru ca ele să apară așa cum dorești. În primul rând, trebuie să spun că nu susțin în niciun caz să minți sau să încerci să fii ceea ce nu ești. După cum nici nu doresc să devii atât de timid în postările tale încât să ajungi o variantă plicticoasă, fără sare și piper, a ceea ce ești de fapt. De aceea e foarte important să răspunzi la ultima întrebare. Asta nu înseamnă să pretinzi că totul e perfect tot timpul, căci oamenii vor sesiza (corect) toate astea ca fiind false. Pur și simplu vom aranja conținutul despre care ai senzația că nu te prezintă în cea mai bună lumină, pentru a-l încadra diferit. Prin simpla reîncadrare a postărilor tale, poți da naștere unei imagini complet diferite și astfel să controlezi percepția celorlalți.

Cadrarea e o modalitate de a prezenta diferit ceva — o persoană, o situație, un eveniment. În investigații e o tehnică bine calculată de a face pe cineva să vorbească și/sau să te ajute. De exemplu, un prieten de-al meu ofițer de poliție mi-a spus că, atunci când voia să afle dacă un suspect mai fusese arestat, se folosea de o tehnică de încadrare pentru a-și structura întrebarea într-un anumit fel. În loc să întrebe:

— Ai mai fost arestat? care, cel mai probabil i-ar aduce un răspuns mincinos, el întreba:

— Care este ultimul lucru pentru care ai fost arestat?

Când întrebarea era încadrată în acest fel — într-un mod ce denotă că prietenul meu polițist știa deja răspunsul —, suspectul urma să fie, de regulă, mai sincer. Te poți folosi de

încadrare în mod asemănător când postezi. Dacă ar fi să reîncadrăm situația lui X din primul exemplu, am vedea-o într-o cu totul altă lumină. Așa că în loc să spună:

— Sunt foarte obosită și de o oră vreau să mă culc, dar dracu' ăsta de copil nu vrea să adoarmă la loc, să reîncadrăm afirmația după cum urmează:

— Să fii mamă e foarte greu. Sunt foarte obosită și de o oră vreau să mă culc, dar nu mai pot să readorm copilul. Vreo idee?

Toți cei cărora le-am arătat această postare revizuită au fost de părere că e vorba despre o tânără mămică obosită, care-și dă seama că are nevoie de ajutor. Ea preia inițiativa și caută soluții la problemele sale, întrebându-le pe alte proaspete mămici cum s-au descurcat. Asta o face să pară automotivată. Știe că are o problemă, dar în loc să se plângă pur și simplu și să fie defetistă, ea cere recomandări, ceea ce o face să pară foarte sociabilă. Mai mult decât atât, ea e suficient de cunoscătoare într-ale internetului pentru a se folosi de o platformă online în căutarea soluției la problema ei. Felul în care o percepem acum e foarte diferit, nu-i așa?

S-ar putea să nu te pricepi să reîncadrezi ceea ce postezi peste noapte, dar, dacă vei continua să insiști și să răspunzi la întrebări cu adevărat onest, va ajunge în cele din urmă să-ți iasă. În Capitolul 5 vom vorbi despre multe alte trucuri similare care să te ajute să-ți retușezi persona online.

Prieteni care vă asemănați, adunați-vă!

Un ultim concept despre care vreau să vorbesc în acest capitol este ideea că „prietenii care se aseamănă se adună".

În liceu, probabil că te defineai prin gașca sau găștile în care ieșeai. Tocilarii, șmecherii, tipele sau tipii populari ieșeau împreună. Membrii aceluiași grup se îmbrăcau la fel și chiar vorbeau la fel, așa că era ușor să-ți dai seama din ce gașcă făcea parte cineva doar în funcție de cum arăta acea persoană.

Probabil că exista și o percepție generală despre cum erau cei din fiecare gașcă — de exemplu, poate că fetele populare erau văzute ca fiind rele sau șmecherii erau percepuți ca fiind proști. Majoritatea oamenilor știu că percepțiile nu se aplică fiecărui membru al unui grup. Se poate ca o fată populară să fie foarte drăguță și blândă, un șmecher să fie foarte bun orator, iar un tocilar să nu fie prea isteț. Totuși, pentru că fiecare gașcă are o reputație predeterminată, erai definit și încadrat în stereotipuri de cei din afară, în funcție de reputația găștii tale, mai puțin atunci când cineva din afara acelui grup ajungea să te cunoască personal.

Chiar dacă au trecut 10, 15 sau 20 de ani de la terminarea liceului, suntem înclinați să-i adunăm pe oameni în grupuri sau găști — chiar și la muncă —, iar apoi să le trântim etichete. Indiferent dacă e corect sau nu, te definești prin prietenii pe care îi ai în lumea reală și în cea virtuală. E relativ ușor pentru cineva să vadă cine sunt prietenii tăi cei mai apropiați în funcție de cine îți dă tag sau cui îi dai tu tag în fotografii, precum și în funcție de conținuturile pe care le postezi. De exemplu, cineva care doar dă like la postările mele, dar nu apare niciodată în fotografii sau cu care vorbesc doar rareori probabil că nu îmi este prieten apropiat. Dar cineva la a cărei petrecere a burlăcițelor am participat și de la care am postat fotografii sau cu care port conversații mult mai intime poate fi văzută ca prietenă mai apropiată. Morala este aici că e o idee bună să te gândești atent la prietenii tăi din rețelele sociale. E bine să te asiguri că persoanele cu care te asociezi nu transmit o imagine negativă despre sine, căci ai putea fi încadrat și tu în aceeași categorie. Nu numai că organizațiile și companiile te judecă după prietenii pe care îi ai, dar există acum o nouă modă ca acestea să ia decizii financiare importante în privința ta, pe baza prietenilor tăi din rețelele sociale. Dacă nu mă crezi, citește mai jos:

Prietenii de pe Facebook îți influențează punctajul acordat de bancă pentru un credit

> Câteva aplicații noi se folosesc de datele din rețelele sociale pentru a stabili riscul de a împrumuta bani persoanelor care nu reușesc să obțină un credit. Companiile financiare tradiționale se bazează mult pe punctajele financiare stabilite de cei de la FICO, aceștia analizând istoricul plăților. Acestea ocolesc de regulă milioanele de oameni care nu obțin un punctaj bun. Însă anumite companii financiare au descoperit că și legăturile sociale pot fi un indicator bun al capacității de plată a cuiva. Folosirea de *date brute* pentru evaluarea riscului de creditare este pe cale să devină o practică uzuală[2].

Acesta este un concept înspăimântător, dar potențial real. Prietenii tăi virtuali s-ar putea să-ți influențeze negativ capacitatea de a face o ipotecă, de a beneficia de o rată bună a dobânzii sau de a obține un credit. Nu spun asta ca să te sperii, ci doar să te fac să devii mai conștient de cei cu care alegi să te asociezi în rețelele de socializare. Drept sau nedrept, moral sau imoral, *vei fi* judecat și definit de ceilalți în funcție de conținuturile postate. Totuși, dracu' nu e chiar așa de negru: fiind mai conștient și făcând doar câteva reîncadrări ale modului tău de postare, poți acum să deții controlul asupra imaginii pe care o ai online și, astfel, și asupra modului în care te percep ceilalți.

Capitolul 4

Cum să construiești o bună relație virtuală

<*(((>< <0))))x

Odată cu apariția rețelelor de socializare, oricine are acum potențialul de a fi o persoană publică. Adesea îi aud pe oameni comparând cât de multe persoane îi urmăresc pe rețelele de socializare, definindu-și valoarea în funcție de această cifră, ceea ce e ridicol. Dacă nu ești blogger de meserie, persoană publică sau cineva care utilizează rețelele de socializare ca parte a muncii (un director de marketing, de exemplu), atunci calitatea e mai importantă decât cantitatea; e mai important să ai contactele *adecvate* în rețelele de socializare, respectiv prieteni și relații. E bine să ai prieteni care să te poată ajuta să obții ce-ți dorești, în loc să te împrietenești arbitrar cu oricine cu care intri în contact, doar ca să-ți iasă la număr. Din această carte nu vei afla cum să devii un factor major de influență, cum să strângi un milion de oameni care să te urmărească sau cum să devii viral. Scopul său este să te învețe să-ți gestionezi imaginea pentru a obține acele lucruri pe care ți le dorești, pe plan personal și profesional, și pentru a te proteja, pe tine și pe copiii tăi, în tot acest timp.

Importanța construirii unor relații virtuale bune

În lumea reală, ca să ai oameni de partea ta, să poți influența diverse situații și să declanșezi reacțiile pe care le dorești, trebuie să construiești cu ei relații bune, fie că e

vorba de șeful tău, de un coleg, de un specialist din domeniul tău profesional sau de un prieten. Construirea unei relații bune înseamnă să găsești un teren comun cu cineva, să faci acea persoană să relaționeze cu tine și să te vadă ca un prieten sau ca un confident de încredere. Construirea de relații bune și construirea efectivă de relații de succes se aplică în contexte de afaceri, cu prietenii și în negocieri în viața de zi cu zi. Studiile arată că oamenii tind să fie atrași către cei cu care se aseamănă. Ne simțim cel mai confortabil alături de oameni care ne sunt familiari și cu care împărtășim aceleași interese, valori, stil vestimentar și așa mai departe.

Gândește-te la prietenii sau la colegii de serviciu cu care îți place să-ți petreci timpul. În majoritatea cazurilor, vei vedea că îți place de ei pentru că aveți ceva în comun, chiar dacă e vorba doar că vă place un anumit sport, o anumită emisiune TV sau o activitate. Nu ne simțim în largul nostru cu persoanele care sunt diferite de noi. Deci cum ai putea construi niște relații bune în favoarea ta? Primul pas în construirea unei relații bune cu cineva este să faci niște cercetări și să te familiarizezi cu cel care te interesează. Poți face asta în mod tradițional, o cercetare primară, sau poți face o cercetare la fața locului. Asta e important, fie că urmează să vorbești în public, să participi la o ședință la serviciu, să te duci la un interviu pentru un job, să mergi la o petrecere, să iei legătura cu un potențial client sau să te interesezi de noua învățătoare a copilului tău. Dacă ai timp, află câte ceva despre acea persoană sau acel grup. Vorbește cu cineva care o cunoaște sau care a mai vorbit în fața acelui public. Află ce anume a avut efect în cazul său și ce nu. Află dacă există vreun subiect anume sau vreun interes al celui vizat; s-ar putea să fie un mare fan al sporturilor, de exemplu, așa cum ești și tu. Poți să te folosești de acest teren comun pentru a construi relația. În acest capitol vom vorbi detaliat despre cum să folosești internetul pentru a căuta diverse persoane, când vom discuta despre acțiunea de recunoaștere. Pentru moment, trebuie să știi doar că soluția pentru a construi relații bune cu oamenii, fie în lumea reală, fie în cea virtuală, e să găsești ceva despre

care să puteți discuta. Știind dinainte care sunt interesele cuiva, te va ajuta să pui întrebările potrivite și să te folosești de asta pentru a construi o relație de succes.

Eu am învățat cu greu cum să construiesc o relație bună cu un public. Înainte să lucrez în serviciile secrete, am lucrat pe partea de documentare pentru autoritățile federale, guvernamentale și locale, o comunitate foarte diferită și foarte deschisă. În această lume, oamenii vorbeau liber unii cu alții în mediul profesional. Încrederea era acordată cu mai multă ușurință, iar colaborarea era mai degrabă o regulă, și nu o excepție. Când am lucrat aici, țineam frecvent, peste tot prin țară, prezentări în cadrul conferințelor. Am prezentat în fața mai multor grupări profesionale și am ținut cursuri de investigații asistate de calculator. În timpul acestor prezentări, am folosit tehnici care-i făceau pe oameni să se implice și să participe într-un mod interactiv, ceea ce avea succes de fiecare dată. Eram mândră de capacitatea mea de a construi o relație bună cu publicul. Acesta era mereu plin de entuziasm și mă simțeam foarte bine că aveam capacitatea de a reuși să transmit mesajul dorit. Adesea participanții făceau coadă după prezentare ca să-mi pună mai multe întrebări. Râdeau chiar și la glumele mele prostești. Am început să mă consider un orator destul de bun și îmi plăcea foarte mult să vorbesc în public.

Prima prezentare pe care a trebuit să o țin pentru cei din serviciile secrete a fost în fața unui public foarte amestecat, format din agenți operativi ai Forțelor Speciale. Eram în primele săptămâni după angajare. Eram puțin agitată, dar m-am calmat spunându-mi că am făcut asta de nenumărate ori și că eram un orator care interacționează bine și care știe cum să construiască o relație bună cu publicul. Șeful meu mă avertizase că această audiență s-ar putea să fie diferită de cea cu care eram obișnuită. Mi-a spus că va dura mai mult până când oamenii vor avea suficientă încredere în mine pentru a fi deschiși și că e posibil să nu fiu foarte bine primită până când nu vor ajunge să mă cunoască mai bine. N-am dat importanță sfatului său, gândindu-mă că nu o să am nicio problemă dacă

o să încep cu o glumă. Asta funcționase de fiecare dată până atunci. Și ei o să-mi mănânce din palmă într-o clipă — așa credeam eu.

Am urcat pe podium și mi-am început prezentarea cu o glumă pe care o folosisem de multe ori înainte: „Nu vă faceți griji, nu avem decât 500 de slide-uri PowerPoint pe care să le parcurgem!" Nu a râs nimeni. Nici măcar nu a zâmbit nimeni. Niciun gest și nicio mișcare din public. Erau 20 de perechi de ochi uitându-se la mine, măsurându-mă din cap până-n picioare. Am știut imediat că avem o problemă. Ca să mai destind atmosfera, am pus o întrebare pentru public, dar am simțit din nou 20 de perechi de ochi care se uită la mine fără răspuns. Până la urmă am scos-o la capăt, dar poți să-ți imaginezi cum mi s-a prăbușit încrederea în stilul meu de prezentare. După prezentare nu a venit nici măcar o persoană să mă întrebe ceva sau să se prezinte. Și-atunci mi-am dat seama că stilul meu de prezentare anterior nu va avea efect aici; a trebuit să mă adaptez repede și să fac săpături ca să aflu cum să construiesc o relație bună cu un astfel de public. Acum, după atâția ani, mă simt foarte apropiată de acest grup și am ținut de multe ori prezentări reușite pentru el. Dar a trebuit să-mi schimb complet stilul de prezentare pentru a se potrivi acestui public nou. În acea zi am învățat (pe pielea mea) o lecție foarte importantă cu privire la construirea de relații bune cu un om sau cu publicul: trebuie să-l cunoști. Ceea ce funcționează cu unii oameni s-ar putea să nu funcționeze cu alții. Dacă nu ai timp să te informezi despre publicul tău, va trebui să înveți să-ți adaptezi rapid stilul, evaluându-ți publicul din mers — e greu, dar nu imposibil.

Acțiunea de recunoaștere

Acum, că înțelegem cât este de importantă pentru reușita noastră construirea unor relații bune cu publicul sau cu o altă persoană, trebuie să învățăm cum să facem puțină recunoaștere, folosindu-ne de instrumentele pe care le avem

la îndemână, printre care și internetul și rețelele de socializare. Pentru a construi o relație bună cu cineva pe care nu-l cunoști, va trebui probabil să faci câteva săpături. Nu uita că oamenilor le plac cei care li se aseamănă sau cu care au ceva în comun. Așa cum ai aflat din Capitolul 2, online găsești o grămadă de informații, aflate gratuit la dispoziția ta, pe care să le folosești pentru a construi o relație bună cu persoana care te interesează.

Capsula timpului

Site-uri precum Wayback Machine și Archive.org trec în revistă site-uri gratuite de internet, colectând date și păstrând în arhive modul în care arătau acele site-uri, la o anumită dată și oră. Să spunem că ai un interviu cu o firmă de inginerie numită *Smith și Fiii*. Evident, vei dori să cauți câteva informații despre firma respectivă ca să nu te duci nepregătit. Așa că intri pe site-ul companiei și vezi că, în prezent, CEO este o femeie numită Dana Smith. Acum, că-i știi numele, poți să faci câteva săpături despre ea. Poți să navighezi pe site pentru a te familiariza cu serviciile pe care le oferă compania. În timpul interviului asta face să pari că știi destule despre companie. Dar ce-ar fi să faci un pas mai departe și să le arăți că ești altfel decât ceilalți candidați? Dar ce-ar fi dacă ai vrea să știi mai multe despre companie, inclusiv istoricul ei? Folosind site-uri ca Wayback Machine și Archive.com, faci câteva săpături și vezi că pe fostul CEO îl chema John Doe și că actualul CEO a preluat frâiele în 2010. Găsești chiar biografiile detaliate ale dlui Doe și dnei Smith. Mai descoperi și că, în 2008, compania oferea 14 servicii, dar că acum numărul lor a urcat la 23. Imaginează-ți cât de mult vei impresiona la interviu dacă știi aceste date, date pe care un candidat obișnuit nu le cunoaște. Asta îi arată celui care te angajează că ești interesat și că ai investit timp ca să te familiarizezi cu firma. Dacă te folosești inteligent de cunoștințele tale, te vei remarca. Ai

realizat cu succes activitatea de recunoaștere pentru ceea ce te interesa (în cazul de față, o firmă).

Rețele de socializare

Când te apuci să cauți informații despre o anumită persoană, s-ar putea să vrei sau s-ar putea să nu vrei ca acea persoană să știe că ai făcut săpături despre ea. La momentul scrierii acestei cărți, dacă vizualizezi profilul de Facebook al cuiva, acea persoană nu are cum să știe că i-ai vizualizat profilul. Asta e valabil și dacă i-ai vizualizat profilul logat fiind pe pagina ta de Facebook. Acestea fiind zise, reține că Facebook va păstra informația privind ziua și ora în care ai vizualizat acel profil, așa cum se precizează în Termenii și condițiile de utilizare.

Cu LinkedIn e altă poveste. Dacă ești logat pe contul tău de LinkedIn, persoana respectivă va ști că i-ai vizualizat profilul; ba chiar va primi un link cu profilul tău. Dacă vrei să navighezi anonim pe LinkedIn, sunt câteva lucruri pe care le poți face pentru a rămâne ascuns. În primul rând, poți să ai grijă să nu fii logat pe contul tău de LinkedIn în timp ce te uiți pe profilul cuiva. Folosește în schimb un motor de căutare și intră din motorul de căutare pe pagina sa. (Ai grijă să nu fii logat automat, ștergând toate cookie-urile asociate cu LinkedIn.) O altă opțiune este să-ți faci setările de confidențialitate ale paginii tale în așa fel încât, atunci când vizualizezi un profil, să apari celuilalt ca membru anonim. Astfel acea persoană va ști că profilul i-a fost vizualizat de *cineva*, dar nu va ști de cine.

Uneori chiar vrei ca o persoană să știe că i-ai vizualizat profilul. Asta ar putea să-i trezească interesul pentru persoana ta și să dorească să te caute și să se uite la profilul tău. De exemplu, dacă dai un interviu pentru un job și cunoști numele directorului de resurse umane, s-ar putea să vrei ca acesta să știe că l-ai căutat online. Asta i-ar arăta că ți-ai

făcut temele. Probabil că l-ar face suficient de curios ca să-ți vizualizeze profilul, ceea ce l-ar ajuta să te țină minte. Având în vedere că piața muncii din ziua de azi e atât de plină, orice poți face pentru a ieși în față sau pentru a rămâne în memoria unui manager de resurse umane îți va crește șansele de a obține acel job.

Întrucât știm că oamenii tind să fie mai personali pe Facebook decât sunt pe rețelele sociale profesionale ca LinkedIn, ar fi bine să întreprinzi o recunoaștere pe pagina de Facebook a celui vizat. Mulți oameni își activează tot felul de setări de confidențialitate în profilul de pe Facebook și nu permit chiar oricui să le vizualizeze conținuturile de pe pagină. De regulă, majoritatea utilizatorilor de Facebook își vor activa setările de confidențialitate astfel încât prietenii prietenilor lor să le poată vizualiza profilul. Chiar dacă cel pe care-l vizezi are setări puternice de confidențialitate, la momentul scrierii acestei cărți tot reușești să vezi ce prieteni are. Dacă vrei să cercetezi profilul cuiva fără să-i trimiți neapărat o cerere de prietenie, poți uneori să faci asta prin intermediul unuia dintre prietenii persoanei vizate. Aproape oricine are cel puțin un prieten pe Facebook care să nu aibă setări de confidențialitate, având o pagină publică și/sau mulți prieteni pe Facebook. Reține că, nefiind celebri, cei mai mulți oameni nu au sute de prieteni apropiați. E probabil ca acea persoană să vrea să aibă cât mai mulți prieteni pe Facebook și să accepte o cerere de prietenie din partea unui necunoscut. E foarte probabil, de asemenea, ca persoana vizată de tine să fie prietenă cu cel puțin o persoană cu mulți prieteni pe Facebook. De pe profilul tău de Facebook poți trimite o cerere de prietenie prietenului cu mulți prieteni al persoanei vizate de tine. Dacă aceasta din urmă le permite prietenilor prietenilor să-i vizualizeze pagina, atunci ai acces deplin fără să fie nevoie să te împrietenești personal cu ea. Dacă nu merge să te împrietenești cu un prieten de-al său, o altă tehnică mai puțin plăcută de care te poți folosi e un profil fals. Eu nu recomand această tehnică, tocmai pentru că încalcă Termenii și condițiile de utilizare ale Facebook și LinkedIn. În plus, dacă

persoana vizată se pricepe să detecteze înșelătoriile, va reuși să-și dea seama cu ușurință că profilul tău e fals.

Dacă ești în recunoaștere și vrei să urmărești pe cineva pe Twitter, cele mai multe profiluri sunt publice. Dacă vrei doar să citești ce scrie în acel profil, persoana vizată nu va ști că faci asta. Totuși, dacă dorești să o urmărești, *va ști* că o faci.

Motoare de căutare

Pe lângă căutările în rețelele de socializare, nu desconsidera nici motoarele de căutare de modă veche. Folosirea motoarelor de căutare îți va oferi acces la informații publice precum cazierul judiciar, titlurile de proprietate, dosarul auto și alte fonduri utile de informații. Google îți va da și linkuri către orice bloguri (ca Tumblr) sau postări pe bloguri create sau deținute de persoana vizată de tine.

Căutare și comparare după fotografie

Căutarea foto a devenit foarte avansată. Dacă ai o poză cu persoana vizată, ai la dispoziție multe instrumente de căutare după poză gratuite și ușor de folosit, precum TinEye[1] sau Google Image Search[2], pentru a vedea dacă mai găsești și altundeva pe internet fotografii cu persoana vizată. Poți să te familiarizezi cu aceste instrumente gratuite de căutare după fotografie. Dacă ai o fotografie cu persoana vizată, folosește-te de instrumentele de căutare după fotografie pentru a vedea dacă aceleași poze mai apar și altundeva. Chiar dacă persoana respectivă este foarte puțin prezentă pe internet sau nu dezvăluie prea multe detalii personale, prin căutarea după fotografie ai putea să găsești una asemănătoare pe un alt site — un site de navigație, de exemplu, unde persoana folosește alt nume. Asta îți dă un indiciu că persoanei respective îi place să navigheze, dar și că folosește un alt nume pe internet. Acum poți să dai căutare pe Google

folosind acest al doilea nume. Poate că sub acest al doilea nume e mai activă pe rețelele secundare de socializare și oferă mai multe informații personale.

Să ne cunoaștem mai bine: comportamentul de bază

După ce ai acces la profilurile din rețelele de socializare ale persoanei vizate și ți-ai făcut temele folosind motoarele de căutare, poți începe procesul de construire a unui tipar sau a unui comportament de bază al persoanei respective, pentru a stabili cum să construiești o relație bună cu ea. Nu uita că ai la dispoziție o grămadă de informații — unde a făcut școala, unde lucrează și unde locuiește, dacă are copii, cine-i sunt cei mai buni prieteni, dacă are un animal de companie, poze cu ea (poate chiar cu data/ora înscrisă pe ele), ce hobby-uri și interese are și unde-și petrece timpul liber — pe baza datelor de localizare. Dar putem face chiar un pas mai departe. Pe baza conținuturilor postate, are această persoană un simț al umorului mai degrabă sarcastic? Pare să fie o persoană plăcută sau se încadrează într-unul dintre tipurile de personalitate/postare descrise în capitolul anterior? În funcție de conținutul postărilor sale și de schimburile de replici pe care le are cu prietenii săi, poți începe să construiești un tipar al felului în care vorbește această persoană. Chiar dacă cineva e foarte atent să nu discute despre vederile sale politice, putem observa dacă se întâmplă să dea „like" la postarea politică a unui prieten sau la vreun articol cu temă politică. Astfel, poți ajunge să cunoști acea persoană în amănunt.

Te mai poți folosi și de datele publice pe care le-ai găsit în motoarele de căutare pentru a vedea dacă persoana vizată a fost vreodată urmărită penal sau dacă a fost arestată. De asemenea, mai poți afla dacă este proprietara unei case, cât a plătit pentru ea și unde anume locuiește.

De regulă, chiar dacă cei care postează nu-și folosesc adresele de e-mail atunci când scriu pe bloguri cu subiecte

sensibile, sunt înclinați să folosească nume cu sonoritate asemănătoare. De exemplu, eu îmi folosesc propriul nume pentru a posta pe site-uri sau pe bloguri; dar, dacă nu vreau ca altcineva să știe cine sunt, folosesc numele cățelului meu. Dacă te apuci să scormonești puțin prin site-urile de socializare pe care le folosesc, vei putea descoperi că înainte foloseam frecvent acel nume. Apoi poți căuta postări cu acel nume secundar pentru a vedea dacă există postări ceva mai suculente pe bloguri care să-ți spună mai multe despre mine.

Multe detalii pot fi sesizate și la prietenii cu care se asociază persoana vizată de tine. Și mai multe pot fi aflate în funcție de prietenii pe care *nu*-i are. De exemplu, poate că pe pagina de LinkedIn a persoanei vizate este trecută experiența profesională; vezi că a lucrat pentru compania X din 2008 până în 2010, pentru compania Y din 2010 până în 2011 și pentru compania Z din 2011 până în prezent. Dacă are o grămadă de prieteni de la compania X care i-au dat referințe și mulți prieteni și referințe de la compania Z, dar niciun prieten și nicio referință de la compania Y, asta ar trebui să te pună pe gânduri. De ce nu are prieteni sau referințe de la compania Y unde a lucrat din 2010 până în 2011? Ce s-a întâmplat acolo? Dacă ești specialist HR, s-ar putea să merite să afli. S-ar putea să nu fie mare lucru — poate că firma Y avea doar doi angajați, iar cealaltă persoană s-a mutat în Antarctica unde nu există servicii de internet. Totuși, se prea poate să fie vorba despre ceva ce persoana vizată nu dorește să fie știut de alții. Excepție fac companiile de dinainte de inventarea rețelelor de socializare, respectiv din anii 1990 sau începutul anilor 2000, pe care persoana le-a trecut în profilul său de LinkedIn, iar din aceste companii are puțini prieteni sau deloc. În acest caz nu trebuie neapărat să-ți faci griji. Oamenii nu mai țin legătura cu cei cu care au lucrat acum mai bine de zece ani și adesea nici nu-i caută online.

Eu folosesc rar contul de Twitter. Totuși, mai postez din când în când. De curând, am primit un e-mail de la Twitter în care mi se spunea că e posibil să-mi fi fost spart contul. Am intrat pe Twitter și am văzut că, într-adevăr, contul meu fusese spart și că altcineva postase ceva ce eu, evident (pentru mine),

n-aș fi spus. Cum a știut Twitter asta? Twitter a construit un comportament de bază despre mine și obiceiurile mele. Twitter știa detaliile de identificare unice ale dispozitivelor pe care le folosesc pentru a crea, păstra și posta conținuturi. Îmi cunoștea sistemele de operare, adresele IP, browserul, coordonatele geografice uzuale și multe alte informații care erau și sunt doar ale mele. Dar a fost în stare și să-mi evalueze obiceiurile de postare și stilul de discurs, stabilind că acea postare anume nu-mi aparținea. În funcție de felul în care folosesc cuvintele și gramatica, de viteza cu care tastez și de tipurile de conținuturi pe care le postez, Twitter a avut o bănuială foarte corectă că postarea nu-mi aparținea.

Twitter și alte site-uri de socializare se folosesc de instrumente automate sofisticate pentru a alcătui un tipar sau o semnătură unică a cuiva, dar asta e ceva ce poate fi făcut și manual. Fiecare are un mod unic de a vorbi, a scrie și a folosi cuvinte; fiecare are un vocabular unic. Cunoscând vocabularul și tiparul de vorbire unice ale cuiva, poți alcătui o semnătură care știi că-i aparține. Îi stabilești comportamentul de bază! Tiparele noastre personale de vorbire sunt subconștiente. Când tastăm sau scriem, tindem să recurgem la același tipar subconștient. Mulți oameni au și o anumită viteză de tastare care poate fi folosită cu ușurință ca semnătură unică pentru a se stabili cine sunt.

Matt, soțul meu, este foarte apropiat de fratele meu, Zayne, și adesea schimbă SMS-uri între ei. Anul trecut Matt a încercat să se coordoneze cu Zayne pentru o călătorie. Veneam din părți diferite ale țării și urma să ne întâlnim în Las Vegas. Zayne l-a întrebat pe Matt la ce oră ajunge avionul nostru. Matt m-a rugat pe mine să-i răspund fratelui meu, căci el ieșise să plimbe câinele.

I-am scris un SMS: Zbor X al UA ateriz la 12. Abia astpt să ne vdm maine.

Zayne mi-a răspuns: „Tyler, tu ești, așa-i?"

Cum a știut? Din experiență, știa că eu tastez foarte repede și că de regulă prescurtez cuvinte ca „ateriz", „astpt" și „vdm"când scriu SMS-uri. Știa că Matt nu s-ar fi deranjat să-i

scrie compania aeriană și numărul zborului și că eu o fac, de fiecare dată. Mai știa și că Matt folosește toate semnele de punctuație și scrie gramatical fără prescurtări în SMS-uri. A schimbat suficient de des SMS-uri cu fiecare dintre noi pentru a ști semnătura unică a fiecăruia și a mă recunoaște pe mine. Fără să-și dea seama, Zayne a stabilit comportamentul de bază al fiecăruia dintre noi cu privire la stilul de SMS și a putut, cu ușurință, să facă diferența între noi.

Pentru a te ajuta să stabilești relații bune cu oamenii, dar și pentru managementul propriei tale imagini trebuie să fii conștient de tiparul tău unic de postare ca să-l poți schimba la nevoie. De exemplu, dacă îi trimiți un SMS unei potențiale șefe, iar aceasta folosește de fiecare dată semnele de punctuație, e bine să le folosești și tu. E important de spus aici că oamenii pot avea comportamente de bază sau semnături unice foarte diferite când folosesc diverse medii de comunicare. De exemplu, când dau SMS sau scriu pe Twitter, folosesc cuvinte prescurtate și nu folosesc mereu semnele de punctuație. Totuși, când scriu un e-mail sau pe LinkedIn o fac de fiecare dată. Pe Facebook tind să fiu mai relaxată.

Întrebări la care să răspunzi pentru a stabili rapid comportamentul de bază al cuiva (diferit în funcție de diversele medii de comunicare):

- *Cât de repede tastează acea persoană?*
- *Folosește semnele de punctuație?*
- *Scrie corect?*
- *Folosește cuvinte prescurtate? Dacă da, începi să recunoști cuvintele pe care le prescurtează?*
- *Sunt cuvinte pe care pare că-i place să le folosească mai des? Dacă da, care sunt acestea?*
- *Cum i-ai caracteriza simțul umorului?*
- *Scrie propoziții lungi și detaliate sau scurte, succinte și la obiect?*

Răspunzând la întrebările din casetă poți să stabilești rapid comportamentul de bază și acea unică semnătură care te identifică pe tine, pe prietenii și colegii tăi.

Și companiile se folosesc de această tehnică de stabilire a comportamentului de bază în scopuri de marketing. Cercetătorii de la Universitatea Cambridge au stabilit că, fie și numai în funcție de „like"-urile de pe Facebook, pot fi determinate cu mare acuratețe atribute foarte personale precum vârsta, rasa, comportamentul adictiv, vederile politice, trăsăturile de personalitate, sexul, nivelul de inteligență și orientarea sexuală[3]. Anumite comportamente cantitative determină caracteristici din lumea reală, iar de aceste comportamente te poți folosi în evaluarea unei persona virtuale. Deci de ce e așa de important? Nu uita că, atunci când stabilești o relație cu altcineva, vrei să pari la fel cu acesta. Vrei să folosești cuvinte asemănătoare și un stil similar de vorbire atunci când te angajezi în comunicare. Cu cât știi mai multe despre cineva, cu atât cresc șansele de a stabili o relație bună și de a obține ceea ce-ți dorești în relațiile personale și profesionale.

Cum să intri în contact cu persoana vizată

După ce ai învățat cum să stabilești comportamentul de bază și să efectuezi o recunoaștere, ești gata să intri în contact cu persoana vizată, fie că e sub forma unui interviu, a unei întâlniri de afaceri sau a unui angajament de a ține o prezentare. Primul lucru pe care nu trebuie să-l uiți e că trebuie să fii atent cu informațiile pe care le-ai adunat în cercetările tale și din stabilirea comportamentului de bază, căci nu vrei să pari *prea* cunoscător.

O prietenă de-a mea, specialistă în HR, o să-i spun Chris, lucrează pentru un mare contractor guvernamental. Am întrebat-o dacă vreunul dintre numeroasele interviuri de angajare pe care le-a condus a fost memorabil. Mi-a spus că două au ieșit în evidență. Într-unul l-a întrebat pe candidat

ce a făcut pentru a se pregăti de interviu. El i-a spus că a intrat pe internet ca să caute informații despre firmă, despre HR, despre departamentul și șefii pentru care va lucra. I-a mai spus și că pe baza informațiilor adunate considera că experiența sa este foarte potrivită și i-a trecut în revistă motivele pentru care considera astfel. Știa că firma tocmai pierduse un contract important și, pentru că avea experiență în redactarea de propuneri guvernamentale, avea mai multe idei despre cum ar putea să crească șansele de reușită ale firmei pentru data viitoare. În plus, candidatul avea și un prieten care lucra deja în firmă, așa că știa câte ceva despre stilul managerului de departament. Știa că prietena mea era un mare fan al celor de la Redskins* și a profitat de ocazie pentru a vorbi despre meciul din săptămâna anterioară. Chris a fost foarte impresionată și, în cele din urmă, l-a angajat. Celălalt interviu care i-a rămas în minte a fost cu un alt candidat care își făcuse temele, dar în loc să se folosească de acele informații pentru a construi o relație bună s-a folosit de ele în scop contrar. Când Chris l-a întrebat cum s-a pregătit pentru interviu, el a început să-i înșire toate amănuntele pe care le-a aflat, printre care și recentul divorț al lui Chris și faptul că și-a cumpărat o casă, cât a costat-o casa și faptul că școala din cartier era una foarte bună pentru fiul ei. Candidatul știa că ea a venit dintr-un oraș din Maryland, ce liceu și facultate făcuse. Inutil să mai spun, Chris a fost foarte speriată și nemulțumită. Era clar că ambii candidați își făcuseră temele. Ambii cunoșteau multe despre firmă și știau cât de potriviți ar fi fost. Probabil că și primul candidat a dat peste dosare publice și postări pe blog, având astfel acces la aceleași informații ca și cel de-al doilea, dar s-a folosit de aceste informații pentru a construi o relație bună fără să pară că a spionat. Doar pentru că știi ceva nu înseamnă că trebuie să te și folosești de informațiile respective! Poate că al doilea candidat ar fi putut să construiască o relație bună cu Chris povestind câte probleme a avut cu propria achiziție a casei în

* Echipă de fotbal american din Washington. (*N.t.*)

loc să-i spună că știa că ea tocmai își cumpărase o casă. Chris ar fi simțit poate un sentiment de apropiere, pentru că și ea abia cumpărase o casă, și s-ar fi gândit că era o pură coincidență. Cel de-al doilea candidat nu și-a folosit cunoștințele în avantajul lui, ci ca să intimideze și să alarmeze, iar asta i-a distrus șansele de a fi angajat. Și pentru că specialiștii HR de la firme diferite vorbesc adesea între ei, probabil că și-a distrus șansele de a fi angajat și la multe alte firme contractoare guvernamentale. În Capitolul 5 vom vorbi mai detaliat despre cum să abordezi pe cineva pentru a obține un avantaj profesional.

Managementul imaginii

Acum, că ai învățat cum se face o acțiune de recunoaștere, cum se stabilește comportamentul de bază și cum se intră în contact, e timpul să întoarcem foaia: și alții fac asta în cazul tău. Când te duci la un interviu sau la o întâlnire, poți să fii sigur că au fost făcute săpături despre tine. E extrem de important să știi ce anume se va afla și, la nevoie, să-ți îmbunătățești persona virtuală.

Crearea unui brand personal

Primul pas în a avea control asupra acelei persona virtuale din rețelele de socializare e să stabilești care dorești să fie „brandul" tău. Nu spun asta în sensul unui brand corporatist. Ce vreau să spun e să stabilești cum vrei să te perceapă ceilalți — pe tine per total. Vrei să fii percepută ca o avocată care muncește mult, e respectată, are multe relații importante și care este și mamă a doi copii? Vrei să fii văzută ca expert în modă? Nu uita că nu vrei să-ți faci atâtea griji despre cum le apari celorlalți încât să devii varianta fără sare și piper a ceea ce crezi că ar trebui să fii. Nu vrei să te prezinți ca plicticos sau ca neavând nimic de spus. Vrei ca lumea să-ți cunoască

personalitatea unică răzbătând din conținuturile pe care le creezi și care îți susțin și îți îmbunătățesc brandul personal. Asta nu e o carte de branding; există multe surse din care poți să înveți cum să-ți definești și să-ți construiești brandul personal, dar pentru scopurile noastre putem face asta răspunzând la câteva întrebări simple:

- În câteva cuvinte, ce te face unic?
- Cum ai vrea să fii perceput de ceilalți?
- Care ar fi fraza cu care atragi atenția?

Ia-ți timp de gândire pentru a reflecta cu adevărat la răspunsurile la aceste întrebări. Punând cap la cap răspunsurile, vei putea să-ți încropești brandul personal. Acesta nu e ceva definitiv: îl poți schimba dacă te hotărăști că vrei să arăți o altă parte a ta. Permanent suferim tot felul de schimbări pe măsură ce înaintăm în vârstă și urcăm în ierarhia profesională sau trecem prin tot felul de întâmplări de viață care ne influențează.

Acum, că ți-ai conturat brandul personal, trebuie să te ocupi de el.

Cum să subliniezi diversele fațete ale brandului personal

O bine-cunoscută bloggeriță de fashion mi-a spus cândva că, după ce-ți stabilești brandul personal, e important să ai grijă să fii consecvent cu acesta în toate rețelele de socializare. Acest lucru e adevărat până la un punct. În medii de comunicare diferite, vei pune în funcțiune alte fațete ale brandului tău. Un brand constă de regulă în câteva cuvinte care te definesc — de exemplu „specialist guvernamental în rețele de socializare“ (acesta e al meu). Totuși, pentru că suntem oameni, și nu mărfuri, brandurile noastre au mai multe fațete, adică există multe părți ale personalității și ale vieții noastre care ne fac să fim cine suntem.

De exemplu, eu sunt, cu variațiuni: șef de departament cibernetic, trainer pe teme de management al imaginii și protecție în rețele de socializare, prietenă, soție, iubitoarea proprietară a unui cățel, iubitoare de hipism, IT-istă, membră în Junior League, telespectatoare de reality show, amatoare de ieșiri la restaurant și interesată de tendințele în modă. Sunt toate aceste lucruri și multe altele, și toate la un loc mă fac să fiu ceea ce sunt. Împreună, aceste fațete alcătuiesc brandul meu personal, chiar dacă brandul meu profesional este „specialist guvernamental în rețele de socializare". Prin urmare, mă bazez mai mult și vorbesc mai în detaliu despre diversele fațete ale brandului meu în funcție de rețeaua de socializare pe care o folosesc. De asemenea, sunt mai precaută cu conținuturile prezentate în anumite rețele de socializare. Pentru orice există locul și momentul potrivite. Nu m-aș duce la o nuntă în pantaloni scurți și papuci de plajă și nici pe plajă într-o ținută business. N-aș discuta niciodată problemele personale ale unui prieten cu șeful meu la birou și nici lista mea de sarcini cu prietenii duminica.

Îți schimbi ținuta, discursul și uneori chiar și fațete ale personalității pentru a se potrivi mediului ambiant. Același lucru este valabil și pentru diferitele domenii de specializare ale rețelelor de socializare. De exemplu, n-aș posta niciodată ceva despre câinele meu pe LinkedIn, pentru că acest site îl folosesc doar pentru relații și conținuturi profesionale. LinkedIn este un site de socializare profesională; prin urmare, atunci când îl folosesc, arăt doar fațeta profesională a brandului meu. Facebook totuși e mai personal, așa că mă simt liberă să postez conținuturi despre câinele meu sau despre alte aspecte personale ale vieții mele. E valabil și invers: pe Facebook nu vorbesc niciodată despre muncă, pentru că nu e locul potrivit.

Iată câteva reguli generale:

- Pinterest, Instagram, Facebook: natură mai personală.
- LinkedIn și alte rețele profesionale: atitudine profesională.

- Twitter: și profesional, și personal, în funcție de scopurile tale.

A avea un brand înseamnă, în parte, și recunoașterea care vine odată cu asta. Oriunde te-ai duce în lume, știi ce înseamnă acel M albastru. La fel, e important să folosești același nume pentru diversele site-uri de socializare, pentru ca oamenii să te poată găsi pe Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn și altele doar prin simpla tastare a numelui tău pe Google. Bloggerița de fashion despre care vorbeam mai devreme mi-a spus că, dacă nu ești consecvent cu brandul tău personal și faci chestii contrare, oamenii sunt derutați sau dezamăgiți, își pierd interesul și merg mai departe. Întrucât prietena mea bloggeriță trăiește din brandul și blogul ei, trebuie să fie foarte scrupuloasă când vine vorba de consecvență. Indiscutabil, cei mai mulți dintre noi nu suntem bloggeri profesioniști, dar tot e important să rămâi consecvent cu brandul tău ca profesionist și expert în domeniul tău de activitate. Odată ce sunt oameni care te urmăresc, vrei ca ei să rămână interesați de ce ai de spus.

Rețelele de socializare constituie o experiență interactivă. Când oamenii fac comentarii sau pun întrebări, trebuie să le răspunzi repede. Oamenii nu acordă multă atenție acestor lucruri și-și pierd interesul dacă nu primesc răspuns în decurs de o zi. Prietena mea bloggeriță recomandă să răspunzi unei întrebări specifice în decurs de 24 de ore; dacă nu poate să o facă, de regulă ea îi scrie acelei persoane un răspuns mai amănunțit și mai emoțional pentru a se scuza că nu i-a putut răspunde mai repede. Ea spune că, dacă vrei să continui să ai oameni care te urmăresc, să rezervi o oră sau două pe zi, dimineața sau seara, în care să răspunzi la întrebări sau la comentarii. Ea mai spune și că e important să-ți actualizezi zilnic blogul sau postările. Din nou, dacă oamenii se plictisesc sau sunt nedumeriți de imaginea ta, vor trece mai departe.

Și cum ni se aplică toate astea în mediul de afaceri sau social unde probabil că nu suntem bloggeri? Putem profita de

sfatul bloggeriței, aplicându-l pentru profilul unui profesionist ce folosește rețelele de socializare:

- E bine să ne creăm propria imagine și propriul brand și nu să-i lăsăm pe alții să o facă în locul nostru.
- E bine să fim consecvenți cu imaginea și brandul create, postând lucruri care se potrivesc acestei imagini.
- E bine să răspundem la întrebările din rețelele de socializare într-un interval rezonabil de timp, de regulă în 24 de ore.

Să aștepți 48 de ore pentru a răspunde te face să pari leneș și nepăsător. Cei care te urmăresc în domeniul tău profesional se așteaptă la o politețe profesională. Dacă încerci să atragi atenția unui expert sau a unuia cu mai multă experiență din domeniul tău de activitate, iar acea persoană îți trimite un mesaj pe o rețea de socializare și tu aștepți câteva săptămâni pentru a-i răspunde, poți considera pierdut acel contact. Probabil că persoana și-a văzut mai departe de treabă, iar tu ai pierdut acel contact, cel mai probabil pentru totdeauna.

Eliminarea conținuturilor negative: capcane și pericole

O parte din managementul imaginii este controlul asupra conținuturilor postate. Cu toții am auzit acea zicală care spune că orice ajunge pe internet acolo rămâne pentru totdeauna. În mare parte e adevărat. Chiar dacă ștergi o poză, o postare sau un răspuns pe un blog, nu ai nicio garanție că acel conținut va fi eliminat pe deplin. El poate fi descărcat de alții, iar Wayback Machine sau alte site-uri de tip capsula timpului îl pot păstra. Așa că, dacă nu poți să elimini complet ceva de pe internet, cum ai putea să-ți schimbi persona virtuală? Uneori dorești să fie eliminat ceva ce nici măcar nu

ai postat tu însuți. Poate că a postat un prieten și ți-a dat tag într-o fotografie nefericită, cu tine la petrecerea burlacilor, sau poate că cineva a făcut un comentariu negativ despre tine și afacerea ta. Afacerile trăiesc și mor în funcție de reputația pe care o au, iar o recenzie foarte proastă pe Yelp* poate afecta o afacere pe termen lung. Eu nu mă duc la un restaurant dacă se întâmplă să citesc fie și o singură recenzie proastă despre el și, de regulă, nu cumpăr un produs dacă recenziile sale sunt proaste. Se poate ca aceste recenzii să fie sau să nu fie reale, dar chiar și așa cei mai mulți oameni iau aminte la ele.

Și reputația noastră personală este la fel de importantă și de hotărâtoare pentru succes. Adesea, suntem mai înclinați să credem laudele unei terțe persoane despre cineva decât am crede dacă le-am auzi direct din gura persoanei în chestiune. Dacă un prieten spune că se pricepe foarte bine la gătit, tind să îl cred, iar dacă aud de la altcineva că e un mare bucătar, atunci cred și mai și. Și-atunci ce faci dacă reputația ta personală e în pericol din cauza unor conținuturi negative pe care le-ai postat sau pe care le-a postat altcineva despre tine? Majoritatea oamenilor presupun că Google sau alt motor de căutare va șterge automat acel conținut, dar lucrurile nu stau chiar așa. Când folosești Google sau alt motor de căutare pentru a găsi o informație, trebuie să înțelegi că Google te trimite la conținutul inițial sau la versiunea cache a acestuia. (*Cache* este conținutul salvat pentru a nu mai trimite de fiecare dată conținutul original; în cele din urmă se actualizează și expiră.) Motorul de căutare Google nu păstrează documentul inițial decât dacă folosești Google Hangouts, un alt serviciu, diferit de motorul de căutare, caz în care Google găzduiește acel conținut. Așa că, dacă vrei cu adevărat să ștergi ceva, trebuie să mergi la sursă, adică la site-ul care găzduiește informația pe care dorești să o ștergi. Acesta poate fi o platformă de blog, ca Tumblr, un anumit site individual sau un site de socializare.

---

* Site american de recenzii și recomandări de servicii. (*N.t.*)

Această abordare prezintă multe probleme. În primul rând, conform termenilor și condițiilor de utilizare, e probabil ca website-ul sau blogul respectiv să fie proprietarul acelui conținut. Asta înseamnă că site-ul nu are nicio obligație să-l elimine. Dacă nu tu ai postat conținutul pe care-l dorești șters, s-ar putea să ai mai multe șanse cu gazda, cerându-i frumos și insistent să elimine acel conținut. Următoarea problemă e că s-ar putea să-ți fie foarte greu să dai peste persoana cu care trebuie să vorbești pentru eliminarea acelui conținut. Oricine a stat la telefon cu Direcția Rutieră știe ce frustrant și dezamăgitor poate fi. La asta se adaugă și bariera limbii de care te vei lovi dacă blogul sau site-ul nu este găzduit în Statele Unite. S-ar putea ca unele conținuturi să fie mai ușor de șters decât altele. Chiar dacă ai norocul de a găsi informațiile de contact ale site-ului inițial și de a-i face pe cei de-acolo să șteargă conținutul respectiv, trebuie să înțelegi că nu ai cum să controlezi cine a mai descărcat și redistribuit acel conținut înainte de a fi șters. De exemplu, dacă postezi o imagine, iar mai târziu o dorești ștearsă, s-ar putea să ai noroc și să reușești să-i faci pe cei care găzduiesc site-ul să o șteargă. Toate cache-urile motoarelor de căutare vor expira la un moment dat, iar link-ul către acel site va dispărea și el în cele din urmă. Dar de unde știi dacă nu cumva o sută de oameni au descărcat deja acea fotografie și au postat-o pe site-urile lor personale? Poți folosi Google Image pentru a-i da de urmă și poate că vei avea norocul să localizezi toate fotografiile, dar acum ești nevoit să încerci să-i faci pe toți acești oameni (și pe prietenii lor care probabil că au copiat-o și au descărcat-o și ei!) să o șteargă. E un ciclu fără de sfârșit. Cel mai probabil, un site de tipul capsula timpului nu va șterge acel conținut. Răspunsul simplu e că, de fapt, nu ai nicio garanție că un conținut va fi șters de pe internet în proporție de 100%. Excepția la această regulă o fac conținuturile ilegale. Conținuturile ilegale sau cele care trebuie șterse ca urmare a unei hotărâri judecătorești (și care sunt găzduite în Statele Unite) au alt regim; vom vorbi despre asta în Capitolul 7. Dar

dacă practic nu poți șterge de tot majoritatea conținuturilor, totuși ce poți face?

Aici intervin firmele de „refacere a reputației“ ca Reputation.com. Astfel de firme au ajuns pe piață în masă. Practic, ele nu elimină conținuturile negative, ci doar le îngroapă ca să fie mai greu de găsit. Majoritatea celor care te caută pe Google se vor uita doar la primele 20 și ceva de rezultate. Firmele de refacere a reputației pun conținuturile mai noi și pozitive printre primele rezultate ale căutării astfel încât cei mai mulți să nu găsească acele conținuturi negative, împinse acum cât mai jos pe lista cu rezultate. Aceste servicii caută activ conținuturi negative despre un client. Noi nu avem foarte mult timp să vedem dacă identitățile noastre virtuale conțin comentarii și postări negative. Asemenea serviciilor de monitorizare a creditelor, firmele de refacere a reputației monitorizează persona și reputația ta virtuală și te anunță dacă găsesc ceva suspicios sau prejudicios. E bine să folosești astfel de servicii pentru a avea o bună reputație. Acestea fiind zise, întotdeauna e mai bine să previi o problemă decât să încerci să rezolvi una deja existentă.

Acum, că înțelegi mai bine cum funcționează rețelele de socializare și cum să te folosești de comportamentul de bază, cum să efectuezi o recunoaștere, să stabilești relații bune și să intri în legătură cu persoana vizată, să trecem la cum sunt folosite rețelele de socializare în domeniul profesional și cum să te prezinți cât mai bine acolo.

}-(((*>

Capitolul 5

Rețele de socializare pentru avantaje profesionale

<*)))-{

Criminaliștii din domeniul digital sunt chemați adesea ca martori la tribunal atunci când cazurile la care au lucrat ajung la proces. Un coleg de-al meu, criminalist digital, a fost solicitat să depună mărturie ca expert. El este un investigator foarte bun și bine cotat profesional, având o reputație foarte bună. Când a ajuns în boxa martorilor, avocatul apărării i-a cerut să-și declare profesia. El a răspuns că este criminalist digital la Ministerul Apărării. Avocatul apărării l-a întrebat dacă e sigur. El a răspuns că da. Avocatul apărării i-a cerut din nou să-și declare profesia. Sâcâit, el i-a răspuns că este criminalist digital de 12 ani și că lucrează pentru Ministerul Apărării. Avocatul apărării a arătat atunci o imagine tipărită cu pagina dintr-o rețea de socializare a colegului meu. S-a întors către sala de tribunal și către colegul meu și i-a cerut să explice de ce, dacă era specialist în investigații, pe acel site de socializare profesia sa era „peștele tuturor târfelor". Așa cum vă puteți imagina, asta l-a descalificat pe colegul meu. Nu doar că oamenii au râs de el, dar credibilitatea i-a fost complet distrusă. Evident, să ai o imagine și o reputație profesională nepătate e esențial pentru viitorul carierei tale. Așa cum am vorbit în capitolul anterior, asta poate face diferența între a fi angajat sau nu, a primi sau nu o promovare sau în a fi respectat sau nu în domeniul tău. O singură greșeală ca asta poate avea consecințe grave asupra reușitei tale profesionale, în prezent și în viitor.

Trebuie menționat aici că Primul Amendament (dreptul la liberă exprimare) nu-ți protejează exprimarea liberă de sectorul privat, ci doar de amestecul *guvernamental*. Dacă lucrezi în sectorul privat, angajatorul are dreptul să te concedieze (sau să nu te angajeze) din cauza a ceva ce ai postat sau a ceva ce a găsit în profilul tău online.

Conform unui articol din *Time*:

> O cercetare nouă dată publicității de Jobvite, o companie care vinde programe de găsire a candidaților, arată că anul acesta 92% dintre angajatori folosesc sau se gândesc să folosească rețelele de socializare pentru recrutări. Acest procent este ușor mai ridicat față de cel de anul trecut de 89%. Studiul are la bază declarațiile a peste 1 000 de companii, cele mai multe din Statele Unite, cu o largă varietate de domenii de activitate. Chiar dacă nu-i oferi celui care recrutează informații despre profilurile tale virtuale din rețelele de socializare, 72% dintre aceștia le vor verifica oricum[1].

Reprezinți compania chiar și în afara programului. Majoritatea firmelor au o clauză de moralitate și pot să te dea afară, după cum o vor și face dacă postezi ceva care te pune pe tine sau pe ele într-o lumină negativă. Când postezi ceva, gândește-te de fiecare dată la regulile din Capitolul 2. Acordă-ți timpul necesar pentru a reflecta bine la felul în care va fi percepută fiecare postare ca parte a întregului. Dacă postezi conținuturi jignitoare sau nepotrivite, nu e o pată doar pe imaginea firmei la care lucrezi, ci și pe imaginea ta în fața altor profesioniști din domeniul tău de activitate, ceea ce-ți afectează perspectivele în carieră. Când comunitatea profesională are o percepție negativă asupra ta, nu ești respectat și nici luat în serios.

Cu toții am cunoscut sau am lucrat cu cineva care-și vorbește de rău colegii, șeful, locul de muncă. În rețelele de socializare să nu vorbești niciodată despre lucruri negative legate de munca ta. Nu doar că există riscul să fii dat afară,

dar i-ai putea pierde și pe viitori angajatori sau specialiști care te-ar putea ajuta în domeniul tău. Fiecare specialist HR cu care am stat de vorbă pentru această carte mi-a spus că, dacă vede că cineva își vorbește de rău locul de muncă, șeful sau colegii, nu ar angaja persoana respectivă, chiar dacă ar cunoaște firma de care se plânge aceasta și ar considera că părerea sa este justificată. Reține: una e să te plângi de munca ta în intimitate sau la prietenii apropiați, familie sau alte persoane care te susțin, și e cu totul altceva să postezi asta în văzul tuturor. Și nu înjura *niciodată* când vorbești despre munca ta, după cum nu înjura, în general, în online.

Ce doresc să vadă profesioniștii și cei care recrutează — și ce nu

Din articolul din *Time* menționat mai devreme:

Ce caută ei de fapt? În primul rând, e important să ai profil pe LinkedIn, Facebook și Twitter. Dacă nu ai, nu vei părea demn de luat în seamă, iar firmele pot crede că ai ceva de ascuns. În al doilea rând, firmele cercetează profilurile din rețelele de socializare pentru a-i elimina pe unii candidați și pentru a decide dacă un anumit candidat se potrivește sau nu culturii organizaționale.
Ceea ce postezi poate avea un impact pozitiv sau negativ asupra părerii celor care fac recrutări. Patru din cinci angajatori vor să vadă că ești membru și afiliat al organizațiilor profesionale, iar alți 66% reacționează pozitiv atunci când văd voluntariat în profilul cuiva. Pe de altă parte, e probabil ca referințele la droguri ilicite, postările de natură sexuală și menționarea consumului de alcool să fie percepute negativ de 78%, 67% și 47% dintre angajatori. Foarte interesant, necunoașterea regulilor de gramatică și de scriere sunt păcate virtuale mai grave decât că ai scris despre ultima ta aventură cu

alcool: 54% dintre cei care recrutează au o reacție negativă la greșelile de gramatică și vocabular, față de 47% care au o reacție negativă la referințele la alcool[2].

Când i-am întrebat pe specialiștii HR, mi-au confirmat că aceste afirmații sunt adevărate. Dacă pare că nu știi cum să folosești rețeaua de socializare, ești văzut fie ca dorind să ascunzi ceva, fie ca lipsit de importanță. Așa cum am spus și în capitolul anterior, dacă ești unul dintre acele biete suflete care nu cred în punctuație și ai mai mult de 15 ani, fă-ți un obicei din a scrie corect gramatical. Da, există un mod de exprimare acceptat în SMS-uri și în cercurile informale din rețelele de socializare, dar pentru a face impresie bună folosește un limbaj cumpătat. E o mare diferență între a folosi cuvinte prescurtate sau un limbaj de SMS ca „lol" sau „OMG" sau „super mișto" într-un context personal, cu prietenii sau familia, și a face asta într-un mediu profesional. E bine să te transformi într-o persoană care dispune de ambele opțiuni după propria voință, în funcție de context. Angajatorii și cei care recrutează țin foarte mult să poți vorbi și redacta ca un profesionist și te vor căuta pe toate site-urile de socializare, nu doar pe cele profesionale.

Prietenii mei L și M au, de curând, o fetiță. L s-a hotărât să folosească un site ca să înceapă interviurile pentru angajarea unei bone. A postat un anunț pe un site respectabil unde bonele care au trecut printr-un proces de verificare își creează un profil virtual. Ca răspuns la anunțul lui L, o posibilă bonă a postat următoarele (am schimbat câteva cuvinte pentru a proteja identitatea persoanelor în chestiune):

V-aș trimite CV-ul meu dar am o problemă cu toată chestia asta cu verificarea după cardul bancar dar doresc să fiu foarte sinceră cu dvs. în privința siguranței și binelui copiilor dvs. și mi-ar place să fiu bonă la copii dvs. și să mă duc la acel curs dacă sunt angajată căci în prezent nu câștig prea mult și îmi doresc cu disperare să-mi dau demisia și să fac ceva

care să-mi placă, sunt și în căutarea altor oportunități de carieră, lucrez doar part-time iar asta e un bun punct de lansare al carierei mele mai ales că îmi place să lucrez cu copii, iar asta ar fi o bună alegere pentru a avea un job stabil iar pentru dvs. de a avea o persoană foarte motivantă care are grijă de copii căci am început să lucrez ca bonă de când eram în școală și făceam asta și înainte și după ore în timpul anului școlar. Pe perioada verilor am stat toată ziua cu copiii rudelor și prietenilor, am și cetificat de acordare a primului ajutor și înainte am lucrat și la o grădiniță timp de trei luni așa că îmi doresc cu adevărat să lucrez pentru dvs. așa că vă rog să-mi acordați o șansă, chiar am nevoie de un loc de muncă și trebuie să o ajut cât mai repede pe sora mea să plătească facturi.

Pe lângă problema cu verificarea după cardul bancar pe care o aduce în discuție, observă lipsa de corectitudine gramaticală. Toți cei întrebați au spus că, dacă cineva nu poate să-și facă timp să redacteze un răspuns profesional corect gramatical, cu punctuație și așa mai departe, atunci să ne imaginăm lipsa de atenție de care ar da dovadă în supravegherea copilului cuiva. Cineva a spus chiar:

— Nu cred că există cineva care să citească acest lucru și să vrea să angajeze această persoană ca să aibă grijă de copii.

Această bonă în devenire s-ar putea să fie cea mai bună și mai profesionistă bonă din lume, dar după e-mailul ei și după conținuturile postate e percepută ca neprofesionistă și neatentă și, de aceea, probabil că nu va găsi pe nimeni care să o angajeze. Morala este să-ți verifici de mai multe ori e-mailurile profesionale și conținuturile postate. Altfel te vei vinde prea ieftin și-ți vei pune sigur bețe în roate.

Cum să faci ca imaginea ta profesională să lucreze în favoarea ta

Nu e obligatoriu ca oamenii care își fac treaba bine să avanseze. Conform lui Paul, fost vicepreședinte la o firmă din clasamentul Fortune 100:

> Trebuie să vorbească lumea despre tine și să-ți faci singur PR-ul, căci nu-l va face nimeni în locul tău. Însă trebuie să ai grijă. Trebuie ca șeful tău și alți oameni să știe despre lucrurile bune pe care le faci fără ca asta să sune a laudă. Rețelele de socializare sunt o modalitate extraordinară de a face asta.

Fac de mult timp parte din comunitatea analiștilor criminaliști digitali și am o listă lungă și stabilă de legături profesionale. Am avut o carieră de succes și sunt considerată un expert pe teme cibernetice. Totuși, nu așa am început. A trebuit să muncesc mult pentru a dovedi de ce sunt în stare și pentru a-mi face un nume. Dacă nu aș fi făcut ca lumea să vorbească despre mine, nimeni nu m-ar fi cunoscut și n-ar fi considerat că sunt profesionista care sunt. Ca să reușesc să fiu consacrată în comunitatea specialiștilor în cibernetică, am avut grijă ca profilul meu din rețelele de socializare să mă descrie ca analist criminalist digital specializat în analize cibernetice de ultimă generație. Am avut grijă ca în profilul meu să se regăsească toate cuvintele-cheie. Am urmărit mulți bloggeri consacrați și respectați din această comunitate și am dorit să-i cunosc. Am urmărit multe forumuri online despre investigații. M-am împrietenit cu mulți grei ai domeniului, cărora le-am cerut și de la care am primit multe recomandări de carieră. M-am folosit de rețelele de socializare pentru a-mi găsi mentori. M-am implicat într-una dintre cele mai mari conferințe pe teme de securitate informatică din domeniu, numită DEF CON, și m-am împrietenit personal și virtual cu oameni bine-cunoscuți din această comunitate.

După ce mi-au văzut prezentările, au început să mă susțină, la fel și colegii și superiorii, datorită muncii mele. Am vorbit în conferințe și am avut grijă să postez pe YouTube și pe alte forumuri relevante. Am scris un manual de investigații pe care l-am postat și pe paginile mele din rețelele de socializare. Am creat imaginea pe care am dorit ca oamenii să o vadă, însă în spatele acelei imagini este și substanță. Trebuie să poți să-ți susții cu fapte persona și brandul virtuale. Cu siguranță nu poți pretinde că ești specialist în ceva dacă nu ești. E esențial pentru succesul tău să te promovezi, folosindu-te de site-uri de socializare profesionale ca LinkedIn. Se poate să fii cel mai bun în ceea ce faci, dar, dacă nu știe nimeni despre asta sau dacă nu te promovezi, nu te va ajuta să avansezi în carieră sau să ai parte de mai multe oportunități.

Oricum, e acolo o linie fină. Trebuie să înveți să-ți promovezi priceperea și reușitele fără să pari arogant. Nu doar că e esențial să-ți promovezi reușitele, e important să te asociezi și cu alți profesioniști care pot să valideze că ai acele succese și că ești expert. Evident, dacă ești abia la început de carieră, nu vei fi considerat specialist și nu ar trebui să te promovezi ca atare. Totuși, e bine să-ți arăți reușitele și să lași comunitatea profesională din care faci parte să te vadă ca fiind muncitor și competitiv, cineva care la un moment dat va deveni un expert. Nu uita că ești definit și în funcție de cei pe care-i cunoști. Folosește-te de asta în avantajul tău. Dacă ai legături cu oameni bine-cunoscuți și bine plasați din domeniul tău de activitate, roagă-i să te susțină și arată neapărat că fac parte din cercul tău de relații. Avându-i pe acești oameni în cercul de relații arată șefului, colegilor, superiorilor, managerilor HR și altor specialiști că ai legături cu experții din comunitatea ta profesională și că aceștia te iau în serios. Asta te face să crești în ochii angajatorului.

L-am intervievat pe un inginer pe care doream să-l iau în echipa mea. Îl cunoșteam după nume și auzisem lucruri bune despre el. Am făcut o scurtă recunoaștere în privința lui și am fost impresionată nu doar de legăturile pe care le are cu experții pe LinkedIn, ci și de modul în care aceștia îi susțineau

abilitățile. În cele din urmă asta a devenit factorul decisiv în selecția lui pentru acel job.

Cum să te folosești de rețelele de socializare pentru a obține ajutorul experților

Nu e suficient să ai un profil foarte bun în rețelele de socializare și relații extinse; trebuie să te folosești de ele la propriu. Ca să ajungi acolo, să rămâi și să fii la curent cu domeniul tău de activitate, trebuie să te folosești de rețelele de socializare ca să urmărești organizațiile importante din aria ta profesională și să faci comentarii pe teme care te interesează. Fă-te cunoscut! E bine să-i urmărești pe liderii din domeniu pe Twitter și pe LinkedIn. Nu uita că, dacă te uiți pe profilul cuiva, e foarte probabil ca și persoana respectivă să se uite pe al tău. Folosește-te de asta în avantajul tău. Comentând și/sau retransmițând pe Twitter postările lor, cei pe care-i admiri pot ajunge să te cunoască până la urmă. Folosindu-te de aceste medii, ai acces imediat la lideri cu experiență și la experți din profesia aleasă. Nu te teme să iei legătura cu ei și să le pui întrebări. Dacă e cineva pe care-l admiri în domeniul tău, urmărește-l în rețelele de socializare. Fă-ți temele, acțiunile de recunoaștere și, în cele din urmă, te vei putea folosi de acest mediu de comunicare pentru a construi o relație bună și a ruga, chiar, persoana respectivă să-ți fie mentor sau să te ajute să avansezi în carieră. Ai grijă să scrii despre toate realizările tale. S-ar putea ca șeful tău să nu știe că ai scris o carte sau ai publicat un articol cu câțiva ani în urmă sau că te implici activ în admirabile acțiuni de caritate sau în asociații profesionale. Poate că șeful tău va vedea că ai condus strângerile de fonduri în scopuri caritabile. Ar putea astfel să observe că ai experiență în leadership și să-ți dea mai multe responsabilități sau să te promoveze în funcție de experiența ta în afara companiei. E bine să prezinți o imagine despre tine ca fiind o persoană interesantă. Nu uita că felul în care ești perceput în funcție de profilul tău virtual

este realitatea *lor* despre cine ești. Ferește-te să te asociezi cu organizații pe care, cei pe care dorești să-i impresionezi, le consideră inadecvate. Așa cum am văzut din articolul acela din *Time* citat mai sus, specialiștilor HR le plac oamenii interesanți și care au hobby-uri. Pentru a apărea interesant, trebuie să ai și hobby-uri. Nu recomand să postezi despre hobby-urile tale în rețelele de socializare strict profesionale, dar te încurajez să o faci în rețelele sociale personale ca Twitter și Facebook. Dacă-ți place să gătești, vorbește despre gătit. Dacă faci acțiuni caritabile, vorbește despre asta. Alătură-te tuturor conturilor din rețelele de socializare ale firmei la care lucrezi și fii la curent cu ultimele tehnologii, tendințe și evenimente. Găsește organizații profesionale respectate în domeniu, urmărește-le și re-postează despre ele. Specialiștii HR și alți experți te vor căuta și în rețelele de socializare nonprofesionale. Toți specialiștii HR cu care am stat de vorbă consideră că-și dau seama mai bine despre cine este o persoană uitându-se la profilul acesteia în rețelele de socializare nonprofesionale decât ar face-o doar stând de vorbă. Cred că este adevărat, așa că recomand călduros ca specialiștii HR să se folosească și de rețelele de socializare personale, și de cele profesionale pentru a-și da seama cine este o persoană și dacă s-ar potrivi în firma respectivă. Fără să dezvălui secrete de serviciu și cu permisiunea firmei, postează recomandări utile pe care le-ai aflat din activitatea ta pentru ca alții să poată învăța și ei și să se vadă că și tu ești expert în domeniul tău.

Chiar dacă te-ai împrietenit cu experți și ai avut grijă să ai un profil profesional puternic, unde ai scris toate realizările tale și multe elemente de susținere, nu vei putea să reușești de unul singur. Oricine are nevoie de puțin ajutor din partea celorlalți pentru a ajunge la următorul nivel în carieră și pentru a reuși pe plan profesional. Așa cum am afirmat și mai înainte, prin intermediul rețelelor de socializare ai acces imediat la mulți oameni cu care altfel n-ai fi avut niciun contact. Dacă reușești să construiești cu ei o relație bună, cei mai mulți profesioniști vor dori să te ajute. Cea mai bună cale de a-i

face pe oameni să te ajute, chiar și pe necunoscuți, e să le *ceri* practic ajutorul. E chiar atât de simplu. Sigur, poate te sperie să faci asta și să te lovești probabil de respingere, dar, dacă nu ceri, cu siguranță nu vei primi ce-ți dorești. Trebuie să știi foarte bine ce-ți dorești și cum anume vrei să fii ajutat. Apoi trebuie să redactezi un mesaj sau un e-mail care comunică rapid solicitarea respectivă. E bine să fie modest, dar încrezător. E esențial să cunoști lucruri despre persoana vizată. Știind câte ceva, poți construi mesajul în așa fel încât să o facă să-și dorească să-ți răspundă. De exemplu, dacă persoana vizată de tine e pasionată de un anumit subiect, fă ca din mesaj să reiasă aceeași pasiune. Dacă persoana vizată pare să aibă un simț cinic al umorului, se poate ca mesajul tău să conțină un umor similar, dar subtil. Folosește limbajul pe care-l folosește. Nu trimite niciodată un mesaj de masă către persoanele al căror ajutor îl soliciți. Trebuie de fiecare dată să personalizezi mesajul pentru fiecare persoană în parte. Vom aplica aceeași tactică și mai târziu, în capitolul despre matrimoniale.

Când m-am apucat să lucrez la această carte, nu știam nimic despre industria editorială. Experiența mea anterioară se limita la lumea foarte diferită a publicării de manuale. Am simțit că am de transmis un mesaj important către publicul general. Chiar dacă mai publicasem manuale înainte, habar nu aveam ce trebuie să fac pentru a găsi o editură sau măcar de unde să încep. Am început să caut pe internet. Am aflat cum pot fi contactați agenții literari și editurile. Am aflat în ce format trebuie redactate scrisorile de intenție. Am început să trimit astfel de scrisori și am văzut fie că primesc răspunsuri negative, fie că nu primesc niciun răspuns. Știam exact ce fel de editură am în vedere, dar mai știam și că fac ceva greșit. Doar că nu știam ce. M-am îndreptat către rețelele de socializare. Am intrat pe LinkedIn și am început să caut specialiști în industria editorială. Aveam nevoie de cineva care să se uite pe scrisoarea mea de intenție, să-mi spună ce era greșit și să-mi dea un sfat. Am găsit doi specialiști despre care am considerat că mă pot ajuta. Am făcut săpături despre fiecare, ca să știu câte ceva despre ei. Unul avea un simț al umorului foarte

dezvoltat, așa că am personalizat mesajul pe care i l-am trimis folosind stilul său de umor. Celălalt era foarte serios și la obiect. Lucra în domeniu de ani de zile și știa cum merg lucrurile. Am personalizat mesajul către ea folosind un ton serios, de afaceri. Ambele mesaje erau la obiect și aveau doar câteva paragrafe. Am avut grijă să spun cine sunt, care este obiectivul meu, ce am făcut până acum pentru a-l atinge și de ce am considerat că fiecare dintre ei era persoana potrivită pentru a mă ajuta. Nu doar că și-au făcut timp în programul lor aglomerat să stea de vorbă cu mine, dar mi-au citit și scrisoarea de intenție. Ambii au avut recomandări și sugestii foarte bune. Folosindu-mă de ele, am reușit să găsesc editura potrivită. Am trecut de la a nu ști nimic despre domeniul editorial la a ști exact ce am de făcut.

Dacă oamenii te ajută, e esențial să le mulțumești și să le spui cât de mult apreciezi că și-au făcut timp să te ajute. Le-am mulțumit amândurora și i-am ținut la curent cu mersul lucrurilor. Țin legătura cu amândoi. Știu că fără ajutorul lor s-ar putea să nu fi ajuns unde sunt astăzi. Dar mai știu și că, dacă nu îi întrebam, dacă nu făceam săpături și dacă nu le evaluam comportamentul de bază pentru a construi o relație bună cu ei prin redactarea unui mesaj personalizat, nu aș fi obținut niciodată ajutorul lor și poate că n-aș fi găsit niciodată editura potrivită.

Fii inteligent social: gândește neconvențional

Crowdsourcing este procesul de solicitare de mici contribuții de la marele public. De exemplu, multe diete de succes se bazează pe crowdsourcing. Spui unui grup de oameni ce mănânci în ziua respectivă, iar ei te ajută să-ți planifici un meniu sau fac comentarii la ceea ce mănânci. Pentru că te simți dator celor ce te ajută, ești mai capabil să te ții de acea dietă. Iată un alt exemplu: un cercetător obișnuit se confruntă cu o rată de respingere a finanțărilor de 80%.

Pentru a obține o finanțare nerambursabilă de la guvern, trebuie să treci printr-o procedură dificilă care, de obicei, nu duce la obținerea acesteia. Ethan Perlstein, cercetător, a vrut să obțină 25 000 de dolari pentru a cerceta modul în care metamfetamina influențează creierul. Considerând că a alerga după finanțările guvernamentale pentru cercetare durează prea mult timp și că asta duce la o separare între cercetare și marele public, a hotărât să recurgă la crowdsourcing pentru a obține banii de care avea nevoie. El a creat o licitație online în care a informat publicul în ce consta experimentul său și care erau beneficiile acestuia. S-a oferit să pună la dispoziția publicului actualizări regulate despre experiment. În cele din urmă, prin crowdsourcing a reușit să strângă cei 25 000 de dolari de care avea nevoie pentru experimentul său. Ca și Ethan, poți recurge la rețelele de socializare într-o manieră creativă pentru a obține lucrurile pe care le dorești, cum ar fi o finanțare, îmbunătățirea unei Cărți Albe sau obținerea unui loc de muncă. Să-ți cauți de muncă poate să fie obositor. Dar, folosindu-te de LinkedIn și de alte rețele de socializare, ai la îndemână o rețea excelentă și de încredere de referințe și potențiali angajatori. Cerându-le prietenilor și foștilor tăi colegi să te ajute și întrebând în cercul de prieteni virtuali (care știu deja ce angajat valoros ești tu), ai o șansă bună de a-ți găsi un job nou.

Acum ceva vreme, un administrator de sistem la început de carieră s-a uitat pe profilul meu de pe LinkedIn. Mi-a spus că a văzut experiența mea și că era interesat să obțină un job ca anchetator. El lucra în domeniul securității informatice. Am fost impresionată că a avut inițiativa de a mă contacta. Mi-a trimis CV-ul său și mi-a cerut recomandări despre ce cred că ar trebui să facă pentru a realiza o trecere de la sistemele de securitate informatică la investigații. Eu i-am recomandat să înceapă prin a-și promova activitatea în rețelele de socializare, încadrând-o în așa fel încât să atragă atenția profesioniștilor din domeniul investigațiilor. I-am recomandat să trimită cereri de prietenie, mie și altor experți cunoscuți în domeniu, și să facă niște cursuri de investigații

pentru a învăța cuvintele-cheie și limbajul de specialitate. I-am mai spus și să se alăture anumitor organizații de profil, să înceapă să citească unele bloguri și să meargă la conferințe. După o vreme, folosindu-și profilul virtual pentru a obține ce-și dorea, a devenit tot mai prezent în comunitate. În prezent lucrează ca specialist în domeniu pentru un mare contractor guvernamental și își construiește o bună reputație. Dacă încerca doar pe calea cursurilor și a aplicării la diverse joburi fără recomandări și fără să se folosească de identitatea online pentru a-și îmbunătăți imaginea, nu ar fi făcut saltul la comunitatea de investigatori la fel de repede și de ușor. Sigur, nu trebuie să minți niciodată spunând că ai făcut ceva ce nu ai făcut, dar poți oricând să-ți modelezi identitatea virtuală în funcție de specialiștii din domeniu pe care încerci să-i impresionezi, așa cum a făcut acest administrator de sistem.

Frumusețea rețelelor de socializare e că ai acces la specialiști într-un fel în care n-ai putea avea niciodată în lumea reală. Mulți oameni, inclusiv experți, sunt persoane de treabă și, dacă sunt abordați adecvat, vor fi cel mai probabil flatați și vor dori să te ajute. Să nu-ți fie teamă să trimiți cereri de prietenie specialiștilor din domeniul tău și să le ceri ajutorul sau sfatul. Cel mai rău lucru care se poate întâmpla e să te ignore sau să te refuze. Citește-le profilul și fă-ți temele, studiindu-le comportamentul de bază înainte de a-i aborda. E bine să le trimiți cererea ta într-o modalitate care să le arate că le respecți timpul și că le cauți sfatul. Dacă faci asta corect, de cele mai multe ori efortul tău va fi încununat de succes.

Cum să te folosești de fotografii

Să te folosești de fotografii e o modalitate potrivită de a face legătura între un chip și un nume. Să ai fotografie îți personalizează profilul în fața altor profesioniști. Dacă te folosești de fotografii pentru a-ți promova imaginea profesională, nu e bine să folosești imagini nepotrivite în care apari

în ipostaze nonprofesionale (precum acea minunată poză în care dansezi pe bar după ce ai băut prea multe *shot*-uri de tequila — ți-o amintești?).

Mai există și alte reguli în postarea fotografiilor pe site-urile de socializare profesionale și care s-ar putea să nu ți se pară evidente. Nu folosi o poză în care ești implicat într-o activitate, cum ar fi când ai trecut linia de sosire la maraton sau în timp ce sari cu parașuta. Sigur, din ea reiese că ai un hobby extraordinar, dar oamenii vor să te vadă la față. Astfel de poze e bine să apară pe site-urile de socializare personale, ca Facebook. De asemenea, nu-ți pune ca fotografie profesională o poză cu câinele tău. Ai nevoie de o poză clară, de la bust în sus, în care să arăți bine, profesionist, amabil și vesel. Nu folosi o fotografie neclară sau una în care părți din chipul tău sunt ascunse. Și fără pălărie. Dacă urmezi aceste reguli, nimic nu-ți stă în cale, iar construirea imaginii îți aparține în totalitate.

Aspectul profesional

- *Să te prezinți într-o lumină favorabilă.*
- *Să ai o rețea socială profesională bună care să includă specialiști și superiori ierarhic.*
- *Să fii prieten cu firma la care lucrezi.*
- *Să faci să se vorbească despre tine.*
- *Să ții un blog sau să scrii despre politicile și filosofia domeniului în care activezi.*

Aspectele nefavorabile

- *Referiri repetate la droguri sau alcool.*
- *Să te plângi constant de șeful sau locul tău de muncă.*
- *Greșeli de gramatică sau de ortografie și înjurături.*
- *Să dai dovadă de imaturitate; să intri ușor în conflict.*
- *Să ai legături cu oameni sau grupuri dezagreabile sau neprofesioniste.*
- *Să minți.*

Un mare NU minciunilor online

Într-un episod din *Seinfield*, Elaine își minte șeful pentru a se învoi de la muncă, spunând că trebuie să aibă grijă de tatăl ei suferind, în schimb se duce la un meci de baseball cu George și Kramer. Are loc o altercație în tribune, iar poza ei apare la rubrica sportivă din ziar. Ea se teme că șeful ei va vedea poza și va ști că l-a mințit. Cu toții am auzit de povești cu oameni care au anunțat că sunt bolnavi, iar apoi s-au întâlnit întâmplător cu șeful la prânz sau în cine știe ce loc compromițător. Același lucru e valabil și pentru rețelele de socializare. Așa cum știm deja, majoritatea site-urilor de socializare vor indica implicit locul din care postezi și ora postării. Nu susțin în niciun caz să anunți că ești bolnav ca să te duci la un meci de baseball, dar nu uita că ora și data postării arată unde erai la un anumit moment. Probabil că cei mai mulți dintre noi nu am posta poze cu noi la un meci de baseball dacă am fi anunțat la serviciu că suntem bolnavi, așa cum a făcut Elaine în acel episod din *Seinfield*. Cu toate acestea, nu e niciodată o idee bună să minți, pentu că, deși nu postezi despre ce-ai făcut, s-ar putea să posteze altcineva! Un fost coleg mi-a povestit la un moment dat despre un angajat din echipa lui căruia să-i zicem John. John și alți câțiva colegi s-au dus la o conferință în Las Vegas. Treaba lui John era să se ducă la conferință și să raporteze despre prezentările la care a participat. Călătoria i-a fost plătită de firmă. John s-a întors din delegație și și-a predat raportul. Fostului meu coleg i s-a părut că raportul despre a doua zi a conferinței (marți) era mai degrabă slăbuț și lipsit de detalii. A lăsat-o așa. După câteva zile, un alt coleg din echipă a venit la el și i-a spus că unul dintre prietenii de pe Facebook ai lui John a dat tag la o poză cu el într-un bar, bând „hurricane" din pahare înalte cum numai în New Orleans și Las Vegas se găsesc. Doar că el era în timpul conferinței. Titlul pe care-l pusese prietenul respectiv era: „Atât de praf, încât marți John a zăcut în pat, cu

vasul de toaletă în brațe. Bravo, John!“ Era clar că John lipsise de la prezentările de marți pentru că petrecuse din greu cu o seară în urmă. Chiar dacă John nu a postat nimic despre asta, a făcut-o un prieten și, pentru că John era prieten pe Facebook și cu colegii săi, cineva a văzut poza și l-a turnat.

Povestea vine cu mai multe lecții importante, prima dintre ele fiind că, în ziua de azi, când există rețele de socializare și când oricine e regizor cu telefonul sau mare vedetă pe YouTube, nu mai poți să minți fără să se afle. A doua lecție e că lumea reală și lumea virtuală se întrepătrund. Ca și cu acel John din poveste, lucrurile pe care le faci în lumea reală apar apoi pe internet.

Când lumea fizică și cea virtuală se ciocnesc

Cu toții am fost la întâlniri îngrozitoare. Cu toții am făcut probabil lucruri de care să ne fie rușine și despre care nu dorim să afle nimeni. Poate că ai fost la o petrecere a burlacilor, ai băut prea multă tequila și ți s-a părut o idee bună să dansezi pe bar sau să te iei la bătaie cu cineva ori să faci altceva scandalos ce n-ai vrea niciodată să fie văzut de cineva care te caută online. Probabil că te gândești: *Păi o singură greșeală mică n-o să-mi păteze pentru totdeauna reputația profesională sau pe cea a angajatorului. Și, slavă Domnului, încă mă pot duce în baruri și restaurante fără ca tot ce fac acolo să apară pe internet în văzul tuturor, nu?* Nu. Pe lângă faptul că, în ziua de azi, oricine are la el tot timpul un aparat, barurile și restaurantele sunt pline de webcam-uri. Un astfel de serviciu care face asta pentru localuri este Gobeforeme.com[4]. Gobeforeme.com instalează camere web în baruri și restaurante ca să poți vedea cum e acolo înainte de a te aventura să te duci. Se spune că asta i-ar ajuta pe oameni să se hotărască unde să iasă în funcție de intențiile lor. Să spunem că vrei să ieși într-un bar pentru a agăța o tipă. Folosești Gobeforeme.com și vezi că nu e nimeni în barul în

care te gândeai să te duci, deci continui să cauți până când găsești unul numai bun de ieșit la agățat. Sau poate că dorești un loc liniștit unde să poți sta de vorbă cu prietenele. Gobeforeme.com te ajută și în acest caz. Însă gândește-te cum îi afectează acest serviciu pe clienții acestor baruri. Brusc, acea petrecere a burlacilor unde ai băut un păhărel în plus poate avea consecințe. Chiar ai vrea ca angajatorul tău să te vadă în stare de ebrietate? Iar dacă asta nu-ți deschide ochii, e și mai rău. Acum există aplicații și site-uri care le permit oamenilor să dea note partenerilor cu care s-au întâlnit și care au acolo fotografia și numele complet. Lulu[5] e o astfel de aplicație care le permite femeilor să povestească despre bărbați care se comportă rău (sau foarte bine). Se presupune că e sub protecția anonimatului pentru femei, dar nu și pentru bărbații pe care-i „toarnă". Acesta e doar un exemplu de tehnologie actuală. Din nou, vreau să subliniez că intenția mea nu este să te sperii, ci doar să te informez că aceste lumi, cândva separate, acum se întrepătrund și că lucrurile pe care le faci în lumea reală pot ajunge să fie imortalizate și văzute de toată lumea pe internet. Trebuie să fii conștient de mediul ambiant și să te gândești mereu cum s-ar putea ca lucrurile pe care le faci să-ți afecteze reputația cu greu câștigată.

Cuvintele contează

În cariera mea, am avut norocul de a lucra cu câțiva dintre cei mai inteligenți și mai plini de pasiune oameni, atât în sectorul public, cât și în cel privat. Îmi amintesc de cineva anume (o să-i spun Jane), o persoană pe care am plăcut-o și am respectat-o. Pornind de la prezentările pe care le făcea, am considerat-o inteligentă, cu o abordare nouă a domeniului ei de studiu. N-am cunoscut-o niciodată personal, dar am fost năucită să aud de la colegi de-ai ei că nu era deloc bine văzută. De fapt, mulți foloseau cuvântul „idioată" pentru a o descrie. Oare oamenii aceștia nu văzuseră aceleași prezentări ca și mine? Nu știam ce să mai cred. După câțiva ani am cunoscut-o

la o conferință. M-am prezentat și am rugat-o să-mi spună părerea ei cu privire la un caz la care lucram și care intra în aria ei de expertiză. Când mi-a trimis raportul, mesajul ei pe e-mail era plin de cuvinte inutile și neprofesionale de tipul „mi-ar place“ și „absolut“, de propoziții fără cap și coadă. Era clar că nu fusese verificat de greșeli de gramatică și ortografie. Nici vorbă să fii luat în serios într-un mediu profesional dacă scrii așa. Din păcate, și rețelele sale de socializare profesionale erau pline de astfel de texte proaste. Problema era că ea nu-și dădea seama că asta-i afecta negativ felul în care era percepută de ceilalți. Eu o vedeam ca pe un profesionist foarte inteligent, dar, pentru că scria atât de prost, colegii o împiedicau să obțină promovarea sau respectul pe care eu consideram că îl merită.

Și o ultimă considerație finală pe această temă. E important să-ți alegi cuvintele cu grijă. Dacă nu știi ce înseamnă un anumit cuvânt sau cum se pronunță, nu-l folosi. De asemenea, nu folosi cuvinte sofisticate în conversațiile obișnuite. Am văzut postări în rețele sociale profesionale și e-mailuri pline de fraze ca „e atât de romanțios“ sau „chiar îi place să se întrețină în discuții“. Dacă le folosești corect, cuvintele din dicționar utilizate într-un mediu profesional îți vor face cinste.

Fii concis

Îmi place foarte mult să folosesc mai multe cuvinte decât e nevoie când povestesc ceva. Îmi place să-mi presar discursul cu adjective, pentru că mi se pare că ele fac ca poveștile mele să devină mai amuzante. Asta e în regulă într-un mediu personal când sunt cu prietenii și cu rudele. Dar nu se potrivește într-un mediu profesional. Într-un mediu profesional e bine să te prezinți ca încrezător în sine și în cunoștință de cauză. Șefii, colegii și clienții nu doresc să citească o narațiune lungă și interminabilă. Ei vor să vadă că poți să redactezi într-o manieră clară, concisă care să aibă sens și din care să reiasă imediat problema și soluția. Faptul că lucrezi cu pasiune e un

lucru bun, dar e o mare diferență între a te folosi de acea pasiune pentru a transmite o idee și a părea că dramatizezi prea mult. Folosirea de adjective în exces poate să distragă și să plictisească publicul. Să scrii în scop comercial e foarte diferit de redactarea unei cărți sau a unei scrisori. Când scriem de plăcere, o facem mânați de flerul și nuanțele personale. Începi cu o introducere pentru a stârni interesul cititorului, treci la cuprinsul poveștii care are un conflict sau un cârlig, iar apoi închei apoteotic sau creezi un deznodământ. Asta e valabil pentru o poveste bună. Ar fi absurd și plicticos să spui un banc sau o anecdotă începând cu poanta sau trădând finalul de la început. Totuși, atunci când scrii în scop comercial, exact asta trebuie să faci. Începem cu poanta sau cu ideea de bază. Nu folosim adverbe înfloritoare sau un limbaj pasional. Rezumă imediat problema, de la început, în cât mai puține cuvinte și propoziții posibil, iar apoi treci la soluție la fel de rapid și de succint. Sunt mereu surprinsă de numărul mare de e-mailuri pe care le primesc și care au greșeli gramaticale, de ortografie și propoziții interminabile. Astăzi, mulți dintre noi comunicăm frecvent cu colegi pe care nu i-am întâlnit niciodată personal. Cea mai mare parte a acestei comunicări are loc prin e-mail, SMS, mesagerie instant sau rețele de socializare. Când scrii pentru rețelele de socializare și SMS, regulile sunt ceva mai relaxate, dar numai puțin! Colegii, șefii și superiorii tăi ierarhici sunt foarte ocupați. Dacă le trimiți e-mailuri lungi, cu multă vorbărie, rămân necitite aproape de fiecare dată. Când i-am spus să-mi zică și mie niște trucuri privind scrierea e-mailurilor, un secretar de stat din Ministerul Apărării mi-a spus că ignoră e-mailurile pline de prea multe adverbe. Mi-a spus să nu depășesc niciodată mai mult de două paragrafe când e vorba despre ceva important și de două propoziții când e ceva mai puțin important. Spune ce dorești, cum îți influențează situația și care este concluzia. Fii clar și concis și nu lăsa loc de interpretare. Nu-ți da cu părerea și nu-ți declara opiniile politice în e-mailuri. Și, pentru că dorești să fii luat în serios, semnăturile drăguțe sau cu schepsis nu sunt niciodată o idee bună.

Să luăm următoarele exemple

Dragă Șefulică,

Mi-a venit această minunată idee și chiar cred că i-ar prinde foarte, foarte bine firmei. În ziua de zi sunt uciși milioane de copaci pentru că tipărim orice. E o risipă de resurse. Într-o bună zi, copiii noștri vor plăti consecințele risipei noastre. Ideea mea ar fi o bună promovare pentru firmă, căci să fii verde e o chestie la modă în prezent. Ar trebui să încetăm să mai tipărim ceva și să păstrăm doar copiile online ale documentelor noastre.

Cu sinceritate,
Jane Doe
Manager de Resurse
Dacă nu salvăm noi planeta, atunci cine?

Stimate Domn,

În cazul în care firma și-ar păstra rapoartele de vânzări în format PDF pe un server în loc să le tipărească și să le completeze, s-ar economisi suma X de bani din costurile cu hârtia și imprimanta. De asemenea, păstrate în format PDF, aceste rapoarte ar fi accesibile clienților noștri imediat, și nu după o zi care se pierde cu sortarea lor. Am vorbit la departamentul IT și am aflat că există destul spațiu liber pe servere, așa că această tranziție nu ar veni cu costuri suplimentare pentru firmă. Mi-am luat libertatea de a crea un ghid simplu în trei pași pentru a demonstra cum se fac fișierele PDF și cum se salvează pe server. Îl găsiți atașat.

Aștept comentariile dvs.
Cu respect,
Jane Doe
Manager de Resurse

Poate că primul exemplu ți se pare ridicol, dar eu am primit e-mailuri foarte asemănătoare cu el. În al doilea exemplu, autoarea nu a folosit termenul de adresare „Dragă“, așa cum se face de regulă în corespondența personală. Autoarea și-a transmis ideea din prima propoziție, afirmând și care este efectul pe care-l va avea asupra firmei. Ba chiar a avut inițiativa de a vorbi la IT și de a crea un ghid de instrucțiuni. Care dintre e-mailuri crezi că e mai probabil să trezească interesul șefului?

Încă o idee finală, dar importantă: fiecare domeniu are propriile sale cuvinte-cheie și propria terminologie, precum și anumite standarde de redactare. Pentru a te încadra în standardele de redactare din domeniul tău, asigură-te că citești frecvent alte rapoarte sau propuneri de succes până când înveți care sunt stilul și terminologia adecvate.

Dacă este utilizat cum trebuie, profilul tău online este unul dintre cele mai bune mijloace de a te promova și de a-ți crea o bună reputație în ochii angajatorilor potențiali și viitori și de a intra în legătură cu alți specialiști care să te ajute să obții ceea ce-ți dorești. Folosindu-te de trucurile și de tehnicile discutate în acest capitol, vei avansa rapid în carieră, fie utilizând rețelele de socializare, fie redactând o propunere de nerefuzat.

><)))*>

Capitolul 6
Matrimoniale online

><((((o>

}-(((*>

Multe dintre prietenele mele se întreabă de ce nu-și pot găsi un partener potrivit folosind site-urile și aplicațiile de matrimoniale online. Am două prietene bune, să le spunem X și Y, care sunt și prietene între ele. X e o femeie superbă, cu o carieră impresionantă. E amuzantă, deșteaptă, blândă și genul de femeie pentru care cred că mulți bărbați ar da orice să o întâlnească și să o ia de nevastă. Și Y e deșteaptă, cu simțul umorului, dulce și atrăgătoare. Totuși, folosind aceleași servicii matrimoniale online din același oraș, Y avea mereu întâlniri extraordinare cu bărbați de calitate, iar X nu. Y s-a implicat în cele din urmă într-o relație foarte serioasă cu un bărbat pe care l-a cunoscut pe internet. X a venit și mi-a zis:

— De ce ea reușește să întâlnească toți acești bărbați deosebiți, iar eu dau numai peste ratați care nu vor decât să se combine și nu caută nimic serios sau cu tipi care n-au nicio ambiție și care se poartă urât și nu mă sună când promit că o vor face și care-mi dau țeapă?

M-am hotărât să compar profilurile celor două. În doar câteva secunde am știut de ce Y atrăgea partenerii potriviți pentru ea, iar X nu. Profilul lui X era cu totul greșit în ceea ce privește atragerea tipului de bărbat pe care-l căuta, iar profilul lui Y era perfect pentru a atrage partenerul ideal pentru ea. Am folosit trucurile pe care le vei afla din acest capitol ca să o ajut pe X să-și rescrie profilul. După două săptămâni a

întâlnit un bărbat deosebit cu care s-a logodit. Sunt unul dintre cele mai fericite și mai potrivite cupluri pe care le cunosc.

Pentru acest capitol nu m-am bazat doar pe experiența mea, ci am stat de vorbă și cu persoane care au mers și mai merg la întâlniri cu oameni cunoscuți pe internet, și femei, și bărbați, între 25 și 55 de ani. Le-am pus multe întrebări și am aflat ce funcționează și ce nu. Acest capitol îți va dezvălui tot felul de trucuri despre cum să te folosești de site-urile de matrimoniale pentru a-ți găsi partenerul potrivit. La sfârșitul capitolului voi prezenta profilurile ușor modificate ale lui X și Y și, înainte să-ți dau răspunsul, o să te las să-ți dai seama de ce profilul lui Y era bun, iar al lui X nu. Acest capitol te va învăța cum să atragi partenerul potrivit pentru tine. În Capitolul 10 vom vorbi despre cum să evaluezi profilurile altora pentru a-ți da seama care le sunt intențiile și cum să recunoști minciuna din profilurile lor de pe site-urile matrimoniale și din identitățile lor virtuale.

Cum să-ți dai seama ce vrei

Sunt multe site-uri și aplicații matrimoniale care susțin că te vor ajuta să-ți găsești partenerul ideal. Aceste site-uri și aplicații sunt la niveluri diferite din punctul de vedere al costurilor și tehnologiilor. Există site-uri pe care poți întâlni doar un anumit tip de persoane și site-uri mai generale care-ți permit să filtrezi potențialii parteneri. Ai în față multe opțiuni, așa că de unde să începi? Procesul matrimonialelor online presupune mult timp și implicare, așa că planifică să-ți petreci cel puțin o oră pe zi, cinci zile pe săptămână pentru asta. Primul lucru pe care trebuie să-l faci e să începi să ajustezi ceea ce aștepți de la un partener. Ai 30-40 de ani, ești singură, ai copii și cauți un partener în aceeași situație? Cauți un partener de același sex? Ești divorțată și cauți tot un partener divorțat? Cauți pe cineva care să aibă o anumită religie sau etnie? Match.com[1] și e-Harmony[2] sunt două dintre cele mai mari și mai cunoscute site-uri matrimoniale.

Match.com e un site destul de generalist; totuși, are și servicii specifice, printre care unul pentru părinți fără partener în căutare de parteneri în aceeași situație și o aplicație pentru mobil foarte avansată care-ți permite, în funcție de coordonatele tale geografice, să întâlnești oameni în timp real. Pe Match.com completezi un profil, răspunzi la niște întrebări, iar apoi cauți în baza de date profiluri, folosind tot felul de filtre. Poți selecta persoanele căutate. De asemenea, site-ul îți poate face propuneri de potențiali parteneri în funcție de întrebările din profil. Pe e-Harmony trebuie să completezi un chestionar foarte detaliat despre tine și despre ce anume cauți la un partener. În funcție de răspunsurile la acel chestionar, site-ul folosește algoritmi matematici foarte avansați pentru a-ți propune parteneri cu care te-ai potrivi. E cronofag la început, dar pe termen lung îți economisește mult timp, căci selectează singur posibilii parteneri, în loc să te oblige să cauți printre sutele sau chiar miile de profiluri. Știu multe povești de succes și am fost la mai multe nunți ale unor cupluri care s-au cunoscut prin intermediul celor două site-uri. Am auzit și multe povești despre eșecuri pe ambele site-uri. Mai sunt și site-uri pentru cei care caută să întâlnească oameni de o anumită confesiune, precum JDate.com[3] și Christianmingle.com[4]. Există site-uri speciale pentru oamenii peste 50 de ani. Și există site-uri specifice pentru cei care caută parteneri de același sex. Cred că oricare dintre aceste site-uri este bun, dar primul pas e să știi exact ce cauți. După ce ai stabilit asta, poți începe să cauți acel site sau acea aplicație care ți se potrivește cel mai bine. Recomand insistent să folosești un singur site sau o singură aplicație odată. Așa cum am mai spus, e un proces care ia mult timp și, dacă te apuci să faci mai multe lucruri deodată, ajungi să petreci puțin timp pe multe site-uri, în loc să petreci mult timp rafinând căutările și obținând cât de mult se poate de pe unul singur. Dacă vezi că în vreo șase luni nu ai niciun rezultat pe un anumit site, poți oricând să-l schimbi. Reține că doar pentru că un anumit site a fost bun pentru o prietenă nu înseamnă că va fi bun și pentru tine. E bine să alegi acel site care ți se potrivește și

să-ți restrângi criteriile cât de mult se poate. Următoarele întrebări te vor ajuta să-ți dai seama ce anume cauți la un partener și să selectezi acel tip de site care e cel mai potrivit pentru tine. Răspunde sincer și notează răspunsurile:

1. Cel fel de partener cauți din punct de vedere fizic?

Chiar dacă am zis că scopul este restrângerea criteriilor, aceasta e o întrebare la care răspunsul trebuie să fie cât mai general. De exemplu, dacă te simți atrasă, de regulă, de bruneți, poate că ești prea specifică. Acum mulți ani, când foloseam site-urile matrimoniale, am folosit acest filtru al părului negru. Dacă rămâneam la acest filtru totuși, nu l-aș fi cunoscut niciodată pe soțul meu, care are părul deschis la culoare. Ține-te departe de aceste generalități precum culoarea părului sau a ochilor.

Probabil avem cu toții o imagine mentală a partenerului ideal din punct de vedere fizic, poate vreo vedetă de cinema sau altă celebritate. Când căutăm potențiali parteneri, trebuie să înțelegem că e bine să fim realiști. Să-ți dorești doar parteneri de 1,80 m, 80 kg care au ochi albaștri și părul șaten, un abdomen perfect lucrat, care au o grămadă de bani și care sunt drăguți și blânzi și amuzanți, care provin dintr-o familie ideală, își iubesc mama, nu vin cu niciun trecut în spate, arată exact ca Ian Somerhalder*, îți adoră prietenele, îi plac exact aceleași lucruri care-ți plac și ție și care sunt cei mai buni la pat nu e deloc realist și nu vei găsi niciodată! Asta se întâmplă doar în filme și în romane, așa că, dacă vrei cu adevărat să-ți găsești partenerul potrivit, trebuie să arunci la gunoi toate aceste așteptări nerealiste. În schimb, va trebui să stabilești ce anume poți accepta și ce nu. Asta înseamnă că vei restrânge pornind de la elementele negative peste care

* Actor american, cunoscut pentru rolurile din *Lost* (Naufragiații) și *The Vampire Diaries* (Jurnalele vampirilor). (*N.t.*)

nu poți trece. Da, vrei să te atragă fizic, dar se poate ca unele dintre lucrurile de care crezi că *ai nevoie* să fie doar niște lucruri pe care le *vrei*. De exemplu, poate preferi un bărbat de 1,80 m, dar, dacă nu e atât de înalt, nu te-ai mai întâlni cu el? Se poate ca un partener ideal pentru tine, dar care are 1,79 m să fie OK? Cel mai probabil, da. Dacă vrei pe cineva cu un abdomen perfect lucrat, se poate ca un partener care doar arată bine să fie ok? Cel mai probabil, da (oricum sunt puțini cei care chiar au un abdomen perfect). Cu cât restrângi mai mult aria de căutare în funcție de lucruri superficiale care nu contează de fapt pentru tine, cum ar fi culoarea ochilor și a părului, cu atât ai mai puține propuneri din care să alegi. Acestea fiind zise, nu trece de la a-ți dori un partener cu abdomenul perfect lucrat la a considera că unul care arată oribil este suficient. Dacă nu te atrage persoana respectivă, e puțin probabil să aveți o relație reușită.

2. Ce vârstă vrei să aibă partenerul tău?

Din nou, și în privința asta trebuie să fii realistă. Dacă ai 40 de ani, chiar ai vrea să te căsătorești cu cineva de 18 ani? Toți bărbații pe care i-am întrebat pentru acest capitol mi-au spus că ar selecta în profil să se întâlnească cu o femeie cu până la 30 de ani mai tânără, dar în realitate și-ar dori o parteneră cu numai 7 ani mai tânără. În cazul femeilor, cele mai multe ar accepta bărbați cu 10 ani mai bătrâni și cu 4 ani mai tineri. Dacă ai peste 50 de ani, există site-uri specifice unde poți întâlni doar oameni peste 50 de ani, ca să nu mai pierzi timpul filtrându-i pe partenerii de pe un site generalist.

3. Te interesează afilierea politică a partenerului?

Răspunde sincer. Unii oamenii, chiar și acei activiști politici foarte vocali, nu sunt foarte interesați de vederile politice ale partenerului. Cunosc doi soți care se află la poli opuși

din punctul acesta de vedere, dar asta nu-i încurcă cu nimic. Fiecare respectă opțiunea politică a celuilalt. Prin urmare, chiar dacă ești interesat de politică și ai niște opinii ferme, vorbești chiar atât de mult despre politică încât să conteze? Pentru unii oameni asta e un punct negativ peste care nu pot trece. E în regulă și așa. Vezi ce părere ai despre asta și răspunde sincer.

4. Care vrei să fie religia, rasa sau etnia partenerului tău?

Dacă asta e ceva foarte important pentru tine, s-ar putea să fie mai bine să recurgi la site-uri specifice unde se cuplează doar oameni de o anumită rasă, etnie sau religie. Dacă știi că nu te-ai căsători cu cineva de o altă religie decât a ta, pe un site generalist vei pierde mult timp eliminându-i pe cei cu care nu te-ai întâlni niciodată. Utilizând însă un site cu persoane de o anumită religie vei ști că, măcar în teorie, oricine de pe acel site e un potențial partener pentru tine.

5. În ce activități dorești să fie implicat partenerul tău?

Ești înnebunită să mergi cu bicicleta, și doar asta faci în timpul liber? Dacă da, s-ar putea să nu-ți dorești un partener care să nu aibă nici cel mai mic interes pentru biciclete. Dacă ai un hobby sau o activitate care-ți consumă mult timp, e bine să folosești tot niște site-uri specifice de matrimoniale care să-ți sugereze parteneri cu același hobby, și nu un site generalizat. Dacă ești o persoană activă și-ți dorești un partener pe măsură, însă nu ai o anumită activitate pe care s-o desfășori în cea mai mare parte a timpului, un site generalist ți se poate potrivi foarte bine. Poți afirma că dorești un partener activ.

6. Îți dorești un partener care să vrea copii?

E foarte important. Dacă celălalt nu-și dorește copii, iar tu da, șansele să se răzgândească sunt mici. Scapă de această problemă din fașă, filtrând acele persoane care au păreri diferite.

7. Ce tip de personalitate să aibă?

Ești atrasă, de regulă, de genul de extravertit de tip sufletul-petrecerii sau ți-ar plăcea introvertit? Trebuie să înțelegi că nu există om care să fie 100% introvertit sau 100% extravertit. Gândește-te bine de care ești mai atrasă. Reține că asta e o bună întrebare la care să primești ajutorul unui prieten. Chiar dacă mergi de fiecare dată pe varianta de tip sufletul-petrecerii, ești sigură că ajungeți să vă potriviți până la urmă? Poate că și tu ești sufletul-petrecerii și ajungeți de fiecare dată în conflict, disputându-vă atenția. Pe când mergeam la întâlniri, mă simțeam mereu atrasă de acest gen de bărbat. Și credeam că e genul de partener potrivit pentru mine. O prietenă mi-a atras atenția că poate m-aș potrivi mai bine cu un introvertit. Dacă aș fi continuat să caut acest tip extravertit de personalitate, l-aș fi ratat pe Matt, care o personalitate mai liniștită. Exact așa cum a spus prietena mea, se pare că eram atrasă cu adevărat de o personalitate mai introvertită. Gândește-te sincer la răspunsul la această întrebare și cere-le ajutor prietenilor. De multe ori suntem atât de prinși de ceea ce credem că ne dorim, încât nu mai suntem în stare să vedem lucrurile și dintr-o altă perspectivă. Un prieten poate vedea lucruri pe care, în schimb, tu nu le poți vedea.

8. Vrei cu adevărat o relație serioasă?

Asta e o întrebare serioasă la care să te gândești și la care să răspunzi sincer. Te interesează mai mult să trăiești

sălbatic decât să ai o relație serioasă care să ducă la căsătorie? Nu spune în profilul tău că ești în căutarea unei relații serioase dacă nu ești. Nu e drept față de alții care caută relații serioase. E mult mai bine să spui exact ce vrei sau să folosești acele site-uri matrimoniale special create pentru a găsi parteneri de distracție și care nu-și doresc relații serioase.

9. Care sunt cauzele ultimelor tale câteva despărțiri?

Din nou, fii sincer cu tine însuți. Cere ajutorul prietenilor. Poate că ei au o anumită perspectivă asupra situației, pe care tu s-ar putea să nu o ai, pentru că ești prea implicat emoțional. Folosește ce ai învățat deja, astfel încât în următoarea relație să nu se mai întâmple la fel. Poate că răspunsul la această întrebare va duce la acel tip de partener pe care-l cauți.

În funcție de răspunsurile la aceste întrebări ar trebui să-ți faci o idee realistă, realizabilă despre ce anume cauți la un partener. Te poți folosi de răspunsuri și pentru a te axa pe un anumit tip de site matrimonial care să fie cel mai bun pentru tine. Dacă-ți dorești un fel de catalog mai general din care să alegi și nu ai niște nevoi specifice, un site generalist ca Match.com sau OKCupid ți s-ar putea potrivi. Dacă dorești un site generalist care să-ți facă sugestii de parteneri în funcție de un chestionar specific sau dacă nu ai timp să cauți printre nenumăratele profiluri, e-Harmony ar putea să fie numai bun. Iar dacă vrei o căutare după parametri foarte specifici, cum ar fi parteneri singuri cu copii, parteneri peste 50 de ani sau doar parteneri de același sex, e bine să folosești un site special conceput pentru ceea ce dorești. Și, în cele din urmă, dacă dorești un site instant care să te conecteze în timp real cu persoane din zona în care te afli, poți recurge la aplicații bazate

pe GPS ale unor site-uri ca MeetMoi, aplicația de mobil a OKCupid, sau la aplicația în timp real a celor de la Match.com.

Siguranța pe primul loc

Acum, că ai selectat un site matrimonial și știi ce anume cauți la un partener, să trecem în revistă câteva reguli de siguranță. Indiferent de site-ul sau de aplicația aleasă, ai nevoie de un nume de utilizator (*user name*). Așa cum faci pentru site-urile profesionale, și aici e bine să faci o impresie bună și să te înfățișezi în cea mai avantajoasă lumină. Dacă ești în căutarea unei relații serioase, dar folosești numele de utilizator hotsexykitten69, cel mai probabil nu vei atrage acel gen de partener serios pe care îl dorești. De asemenea, nu folosi un nume de utilizator pe care l-ai mai folosit pe alte site-uri de socializare, bloguri sau oriunde altundeva pe internet. Nu uita că nu vrei ca o persoană rău intenționată să te poată căuta după acel nume de utilizator și să-ți găsească pagina din rețelele de socializare unde sunt toate informațiile personale despre tine. Din acest motiv, nu-ți folosi numele real și nici vreo variațiune a acestuia. De asemenea, nu cred că vrei ca specialiști HR sau alți profesioniști să dea peste profilul tău matrimonial. Am avut un șef care-și folosea numele real în profilul său pe site-urile matrimoniale. Cineva de la muncă i-a găsit acel profil și l-a dat tuturor celor din echipa lui. Chiar dacă internetul este o modalitate bună și acceptată de a-ți găsi parteneri, asta nu e treaba nimănui. Bietul de el a fost poreclit luni de zile „cel căruia îi plac plimbările lungi pe plajă".

Nu trebuie să folosești un nume de utilizator ușor de identificat, ai grijă să fie altul decât cele de pe site-urile de socializare și nu da niciun fel de informații personale pe un site matrimonial. Asta se referă la numărul de telefon, unde lucrezi, adrese, numele tău real sau numele copiilor sau ale animalelor de companie. Chiar dacă majoritatea celor cu care intri în contact pe site-urile matrimoniale au același scop ca

și tine, există și unii oameni foarte răi care se pot folosi de aceste informații pentru a te ataca.

Fii extrem de precaut cu fotografiile. Ai grijă ca fotografiile pe care le postezi pe un site să nu aibă informații de identificare, datele EXIF despre care am discutat în capitolele anterioare. Nu uita că datele EXIF conțin coordonatele geografice și alte informații de identificare despre aparatul foto care a făcut poza respectivă. *Nu folosi poze ale copiilor tăi.* Sigur că poți spune în profilul tău că ai copii, dacă ai, dar nu da niciun fel de informații personale despre ei. Pe când mă ocupam de cazuri de Infracțiuni de exploatare a copiilor, am avut un caz despre un presupus suspect care vindea pornografie infantilă și care, pe lângă faptul că avea astfel de imagini pornografice cu copii în calculator, mai avea și poze cu mame și copiii lor pe care le luase de pe site-urile matrimoniale. Le ținea într-un dosar electronic intitulat Întâlniri. Nu uita că oricine se înscrie pe un site are acces la profilul tău și la toate fotografiile din profilul tău, inclusiv la cele cu copiii tăi. Am vorbit deja despre aplicațiile de căutare după fotografie Tineye și Google Image. *În profilul tău matrimonial nu folosi fotografii pe care le-ai mai folosit în altă parte.* Repet, nu vrem ca persoane rău intenționate să te găsească pe site-urile de socializare sau pe alte site-uri cu informații personale despre tine.

Discreția e partea cea mai bună a bravurii

Când începi o relație cu cineva online, ai posibilitatea de a cunoaște cu adevărat persoana cu care conversezi. De exemplu, când eu și Matt ne-am cunoscut, locuiam în capete opuse ale țării și foloseam un program de mesagerie instant pentru a ne cunoaște mai bine. Am ajuns să știu totul despre el și, chiar dacă ne văzuserăm doar o singură dată, simțeam că-l cunosc la fel de bine ca pe cea mai bună prietenă a mea. Prin intermediul convorbirilor online poți ajunge destul de

repede să te simți bine cu cineva. Totuși, înainte de a-i da informații personale despre tine și înainte de a vă întâlni, poartă mai întâi cu el o conversație pe Skype sau alt fel de conversație video. Prietena mea W folosea un site matrimonial. Făcea schimb de e-mailuri și de mesaje cu un bărbat pe care-l întâlnise pe site în urmă cu câteva săptămâni. Simțea că-l cunoaște destul de bine. Totuși, înainte de a se întâlni față în față, ea l-a sunat pe Skype. Bărbatul cu care a vorbit pe Skype i s-a părut până la urmă foarte diferit de cel cu care conversa online. Arăta la fel ca în fotografii, dar pe Skype era mult mai agresiv. Când faci schimb de e-mailuri sau de mesaje cu cineva, celălalt are timp să se gândească la ce să-ți răspundă. Tonul nu se transmite cu ușurință în scris, așa că un lucru spus serios ție ți se poate părea o glumă. Totuși, față în față sau într-un apel video e mai greu, pentru că trebuie să răspunzi spontan. Amicul lui W era agresiv și insista să se întâlnească. Înainte, când îi mai făcuse astfel de propuneri prin e-mail, ea a văzut asta ca un semn de interes din partea lui, dar când a putut să-i observe limbajul corpului și tonul vocii, alături de cele ce spunea, s-a simțit amenințată. Nu s-a întâlnit cu el și chiar a rupt orice legătură. Reține că, deși simți că ai început să cunoști persoana respectivă, cunoști doar ceea ce aceasta a ales să-ți dezvăluie. *Vorbește pe Skype sau la telefon înainte de a te întâlni cu cineva față în față.*

O altă chestie importantă: când vă întâlniți, întâlniți-vă întotdeauna într-un spațiu public. Nu te întâlni niciodată pentru primele dăți cu cineva într-un loc privat. Recomand asta indiferent dacă întâlnești pe cineva online, într-un bar sau la librărie. Trebuie să te gândești tot timpul la propria siguranță. Poate că ai auzit de acel josnic criminal de pe Craigslist. Chiar dacă nu a fost de pe un site matrimonial, victimele nu-l cunoșteau și se duceau să întâlnească pe cineva într-un spațiu privat, acel cineva dovedindu-se a fi un criminal. Pe lângă faptul că te întâlnești într-un loc public, este bine să ai un prieten care știe unde te duci la întâlnire. Recomand să faci asta ori de câte ori te duci la o primă întâlnire, indiferent de modul cum v-ați cunoscut. Și,

bineînțeles, ai grijă să faci ceva săpături despre potențialul partener, folosindu-te de trucurile învățate în Capitolul 4.

Importanța fotografiilor

Cei pe care i-am chestionat pentru acest capitol au răspuns în unanimitate că primul lucru pe care-l observă la un profil este fotografia (fotografiile). Au mai spus și că trec peste profilurile care nu au fotografii. Din poza ta, un potențial partener înțelege multe lucruri despre tine. Acea zicală binecunoscută că o imagine face cât o mie de cuvinte e potrivită în acest caz. Poți posta fotografii în mișcare, dar e nevoie și de cel puțin o fotografie în care să ți se vadă doar capul. Iar bărbații să ia aminte: toate femeile întrebate au spus că, dacă un bărbat poartă pălărie în fiecare fotografie, ele tind să treacă mai departe, căci pare că el vrea să ascundă ceva. Oameni buni, bărbați și femei, dacă vă simțiți nesiguri în legătură cu o anumită parte a corpului vostru sau cu cele câteva kilograme în plus, nu încercați să le ascundeți. Fiecare cuplu cu care am stat de vorbă și în care cei doi s-au cunoscut online, iar acum sunt căsătoriți sau într-o relație serioasă au spus că primul lucru observat în pozele partenerului a fost încrederea în sine. Încrederea în sine strălucea ca o făclie în noapte. Pentru bărbați: dacă sunteți pe cale să cheliți, arătați asta cu mândrie și nu încercați să o ascundeți. 95% dintre femeile chestionate (printre care și eu însămi) ar fi mai atrase de un bărbat care chelește și care o arată cu mândrie și încredere în sine decât de cineva care ascunde asta sub o pălărie (sau, și mai rău, sub o meșă oribilă). 100% dintre bărbații întrebați au spus că ar fi mai atrași de o femeie din a cărei poză de profil se vede că are câteva kilograme în plus, dar care e încrezătoare în sine și are un zâmbet frumos decât de o femeie care are un corp suplu, dar care se vede că nu are încredere în ea sau care nu zâmbește. Așa că, dacă ești femeie și ești conștientă de acele câteva kilograme în plus, nu-ți mai bate capul cu ele și arată-le cu încredere!

Următorul cel mai important lucru într-o fotografie e să pari abordabil. Bărbații mi se plâng mereu că ies în baruri și văd o femeie atrăgătoare într-un grup de alte femei care arată normal. Ei spun că aproape niciodată nu o abordează pe aceea, căci este prea intimidantă. Faptul că ea face parte dintr-un astfel de grup mai mare transmite un semnal, indiferent dacă ea-și dă seama sau nu, că nu dorește să fie abordată. Același lucru e valabil și pentru fotografiile din profilul tău. Dacă în fiecare poză ești împreună cu grupul tău de prietene, asta transmite semnalul că nu ești abordabilă. În plus, îl face să se întrebe pe potențialul partener care dintre ele ești tu. Ca regulă generală (și pentru bărbați, și pentru femei), cel mai bine e să fii singur în majoritatea fotografiilor.

S-ar putea să ți se pară evident, dar nu posta fotografii cu tine alături de cineva de sex opus. Poate că e sora sau fratele tău, dar potențialul partener nu are de unde să știe cine este acea persoană și, cel mai probabil, va presupune că e un fost partener sau o actuală poveste de dragoste și va trece mai departe oricum. Am mai afirmat să nu postezi poze cu copiii tăi din motive de siguranță. Aceeași regulă rămâne valabilă și în cazul pozelor cu copiii altora, cum ar fi nepoatele sau nepoții tăi. Nu doar că e un potențial pericol pentru copii, dar îl derutează pe posibilul partener cu privire la cine sunt acei copii.

95% dintre bărbații chestionați au răspuns că, dacă văd un profil în care o femeie poartă haine sumare în fiecare fotografie (în bikini sau în fuste foarte scurte), ar vedea-o mai degrabă bună de agățat, și nu o parteneră potrivită pentru o relație pe termen lung. Un tip a spus chiar că, din punctul lui de vedere, acea fată i se pare disperată, ca și cum i-ar lipsi încrederea în sine și ar încerca să se folosească de sex în loc de propria personalitate pentru a ademeni un iubit. Oricum ar fi, dacă toate pozele tale sunt sexy, nu-l vei atrage pe bărbatul potrivit. Excepție face cazul în care ești în căutarea unei distracții — atunci ești pe calea cea bună! 100% dintre femei sunt la fel de dezamăgite de bărbații prea dezbrăcați — în maiou sau fără tricou. Una dintre ele a spus că trebuie să existe un oarecare mister, iar bărbatul care își arată

abdomenul, fie și numai într-una dintre fotografii, i se pare prea plin de sine și centrat pe propria persoană.

Știu că îți iubești animalul de companie, dar nu te fotografia cu el în fiecare poză. Toți bărbații chestionați au spus că e deconcertant, ca și cum acea femeie ar fi prea absorbită de animalul ei de companie. Acestea fiind zise, 99% dintre bărbații și femeile întrebați au spus că o fotografie a cuiva împreună cu animalul său de companie e atrăgătoare. (Cei 1% care nu sunt de aceeași părere se tem de câini.)

Vrei să te prezinți în cea mai bună ipostază a ta, făcând lucruri interesante. Imaginile cu tine în timp ce faci ceva, cum ar fi să te afli în vârf de munte sau în Pompei, sunt minunate; doar să nu fie toate pozele așa. Nu uita că e bine să ai măcar o singură poză în care să ți se vadă chipul. Dacă ești un mare fan al tenisului, pune o poză cu tine jucând tenis. Dacă îți place fotbalul, pune o poză cu tine îmbrăcat în tricoul echipei tale favorite. 90% dintre femeile întrebate ar fi dezamăgite de bărbații care postează fotografii cu ei înșiși în fața unor mașini scumpe sau a altor obiecte materiale. Repet, asta lasă impresia de superficialitate.

Cum să atragi persoana potrivită

Pentru acest capitol i-am întrebat pe mulți bărbați și multe femei. Aproape toți au avut aceleași răspunsuri cu privire la ce nu le-ar plăcea la un profil matrimonial. Să vedem.

Ortografia contează

Primul lucru enervant pentru aproape toți cei pe care i-am chestionat este un profil cu greșeli de gramatică și ortografie. Ideea e că, dacă nu-ți faci timp ca măcar să corectezi ce ai scris în profil, atunci cât de mult timp vei investi într-o relație? În plus, te face să pari lipsit de inteligență. Îți ia doar

câteva secunde să recitești și să corectezi ce-ai scris în profil. Apoi, nu strică niciodată să pui un prieten sau pe cineva din familie să-ți citească profilul în căutarea unor erori de tastare care poate că ți-au scăpat.

Nu: *face greșeli de gramatică și ortografie.*	***Da:*** *Corectează-ți profilul.*

E-mailuri în masă

O altă problemă enervantă e să trimiți mesaje în masă care nu sunt personalizate pentru fiecare destinatar în parte. Asta arată persoanei pe care încerci să o cucerești că nu ești cu adevărat serios cu privire la o relație, ci doar ai întins plasa ca să vezi câți pică în ea. Știu că durează mai mult timp, dar dacă vrei într-adevăr să-ți găsești un partener, trebuie să-ți faci timp să răspunzi la fiecare mesaj în parte sau, atunci când tu inițiezi contactul, să creezi mesaje individualizate pentru fiecare. Spune-i fiecăruia ce-ți place la el. Nu e nevoie să scrii o teză de doctorat. Câteva propoziții sunt de ajuns.

Nu: *trimite mesaje în masă.*	***Da:*** *Personalizează fiecare mesaj în funcție de persoana căreia i-l trimiți.*

Să răspunzi la timp contează

Un alt lucru, care-i irită atât pe bărbați, cât și pe femei, e să nu răspunzi la timp la mesaje. De aceea recomand utilizarea unui singur site matrimonial. E greu să ții pasul cu toate mesajele. O tipă a spus:

— Dacă abia am început să ne scriem mesaje, iar tu aștepți câteva zile ca să răspunzi, asta-mi spune că nu ești foarte interesat de mine sau că deocamdată ai prea multe pe cap.

Un bărbat a fost de aceeași părere:

— Cât e de greu să stai câteva secunde și să scrii o propoziție de răspuns? Dacă o fată nu răspunde, presupun că nu e interesată de mine și merg mai departe.

Fii proactiv! Fă-ți timp în fiecare seară câte o oră pentru a te ocupa de profilul tău matrimonial, măcar la început. Dacă nu-i poți răspunde cuiva în decurs de o zi, e bine să ai un motiv serios pentru asta!

Nu: aștepta prea mult pentru a răspunde la mesaje.	*Da: Răspunde la mesaje la timp.*

Să încerci să fii altceva decât ești (adică să minți)

O altă dezamăgire pentru cei întrebați de mine a fost când cineva se arată nesigur sau încearcă prea tare să impresioneze. Așa cum vei afla din următoarele câteva capitole, cuvintele tale spun multe despre tine și intențiile tale, iar oamenii își dau seama, de regulă, dacă nu ești sincer, chiar și din cele câteva paragrafe ale unui profil. Dacă nu ești o persoană amuzantă, nu încerca să fii. Sigur, încerci să te vinzi, dar fii tu însuți. Unul dintre bărbații chestionați mi-a povestit despre o fată de care era interesat și care, în profilul ei, pretindea că e medic. Ea vorbea despre cât de mult îi plăcea să fie medic și părea că are cel mai important job din lume. Lui i s-a părut ciudat ca cineva să spună asta, dar s-a întâlnit totuși cu ea. S-a dovedit că era asistentă medicală, o profesie foarte respectată la rândul ei. Nu a mai sunat-o niciodată. S-a gândit, și pe bună dreptate, că, *dacă a mințit despre asta, despre ce*

altceva urma să mai mintă? Majoritatea celor întrebați s-au întâlnit cu persoane care au mințit despre câți ani au, câte kilograme sau ce înălțime au sau care aveau fotografii vechi în care arătau diferit. Interesant e că aceia care s-au lovit de astfel de situații au spus că minciunile nu erau sfruntate. De exemplu, poate că se dădeau cu 5 cm mai înalți, evident nu cu mult mai mult, ca să nu fie mare diferență. Unii au spus că ar continua să se întâlnească (și au și făcut-o) cu persoane care au mințit adăugând sau scăzând câțiva centimetri, ani sau kilograme. Unii nici nu au observat, iar alții, asemenea celui care s-a întâlnit cu asistenta medicală, au știut că nu se vor mai întâlni vreodată cu persoana respectivă. Pentru cei mai mulți, nu substanța minciunii a contat atât de mult, cât chestiunea legată de alte lucruri despre care ar putea minți persoana respectivă.

***Nu:** minți și nu te da drept ceea ce nu ești.*	***Da:** Fii sincer.*

Să menționezi în treacăt un nume celebru

Menționarea unui nume celebru a fost adusă în discuție de câteva ori, de aceea consider că merită să vorbesc despre asta. Chiar dacă ai făcut liceul cu Lady Gaga sau ai ieșit la un moment dat cu Paul Ryan, nu e nevoie să știe toată lumea despre asta. Ceilalți găsesc că e enervant să amintești astfel de lucruri. Cei care fac asta par că nu au prea multe de oferit, cu excepția faptului că știu pe cineva renumit.

***Nu:** da nume celebre în profilul tău.*	***Da:** E mai bine să impresionezi prin ceea ce ești.*

„Îmi place să călătoresc, să ascult muzică, să ies la restaurant“

Această frază sau una echivalentă a fost adusă de multe ori în discuție. Tuturor ne place să călătorim, tuturor ne place să ascultăm muzică și tuturor ne place să ieșim la restaurant! Și femeile, și bărbații au afirmat că sunt mai atrași de profilurile în care persoana respectivă nu doar susține că-i place să călătorească sau pune o listă cu locurile unde a fost, ci este creativă în privința asta. De exemplu, dacă spui că ți-a plăcut excursia la ruinele romane din Pompei sau că ești pasionat să schiezi în Alpi, asta-i arată potențialului partener că într-adevăr călătorești și care sunt lucrurile pe care-ți place să le faci când călătorești. Asta te face să pari interesant și gata de aventură.

***Nu:** folosi un limbaj obișnuit, declarând că îți place ceva ce place cam tuturor.*	***Da:** Fii creativ cu privire la lucrurile pe care le-ai făcut și la locurile unde ai fost.*

Încălcarea limitelor

Încălcarea limitelor este o problemă adusă în discuție și de bărbați, și de femei. Ca și în cazul profilului tău profesional, nu e bine să dezvălui prea multe informații despre tine. Nu sunt nici locul, nici momentul să-ți povestești viața. Nu uita că te promovezi, iar prea multe informații sau informații prea personale pot îndepărta. E bine să fii sincer, dar fără să intri în prea multe detalii. Poți spune că ești divorțat, dar nu e nevoie să dai și amănuntele neplăcute ale despărțirii. Și, pe bune, e bine să te învălui într-un oarecare mister și să mai lași unele lucruri și pentru mai târziu.

Nu: *intra în amănunte și nu povesti tot ce ți s-a întâmplat în viață.*	***Da:*** *Fii sincer, dar ține pentru tine detaliile intime.*

Manifestările emoționale

Multe femei au vorbit despre cât e de enervant să vadă în profilurile unor bărbați că nu vor manifestări emoționale. O tipă a spus:

— Dacă un tip simte nevoia să afirme că nu dorește manifestări emoționale, e ceva în spatele acestei afirmații, probabil o poveste neplăcută. Nu, mulțumesc. Voi trece mai departe.

Nu: *folosi afirmații de tipul „fără manifestări emoționale".*	***Da:*** *Alege-ți cu atenție cuvintele.*

Listă de pretenții

Mulți bărbați au spus că trec automat mai departe dacă văd un profil cu lista de pretenții pe care le are o femeie de la un bărbat. În primul rând, nici măcar nu e rezonabil să faci o astfel de listă într-un profil. Să afirmi că cineva trebuie să îndeplinească toate criteriile tale e degradant și te face să pari că ceri atenție sau că ești chiar lipsit de bun-simț. Dacă știi exact ce vrei, poți elimina pretendenții folosindu-te de filtre sau spunând subtil ce anume cauți, și nu făcând o listă propriu-zisă cu ceea ce îți trebuie și ce nu.

Nu: *face o listă de pretenții în profilul tău.*	***Da:*** *Folosește-te de filtre și rămâi deschis la posibilități.*

Criticile dure și comentariile neplăcute

În cele din urmă, așa cum nu trebuie să-ți critici niciodată șeful sau munca ori să le vorbești de rău în rețelele sociale, nu-ți critica și nu-ți vorbi de rău foștii parteneri atunci când ești pe un site matrimonial. Toți cei chestionați au spus că sunt dezamăgiți de cineva care vorbește de rău, spunând lucruri negative despre un fost partener. Asta te poate face să pari imatur și nemulțumit, ca și cum n-ar fi o poveste încheiată.

Nu: *îți vorbi de rău foștii parteneri.*	***Da:*** *Lasă-i în afara profilului tău pe foștii parteneri.*

Să le punem cap la cap: Cum să-ți faci profilul perfect

După ce am trecut în revistă ce *să nu faci*, să vorbim și despre ce *să faci*. De fapt, nu faci decât să scrii un CV în care spui de ce ești cel mai bun candidat pentru a fi partenerul ideal. Multora dintre noi ne vine greu să ne promovăm. E cazul să te bazezi pe prieteni să te ajute în realizarea profilului. Întreabă-ți un prieten care crede că sunt cele trei mari calități ale tale. Întreabă-l care sunt calitățile tale pe care le-ar căuta cineva de sex opus. Pentru cei mai mulți dintre noi e greu să ne promovăm, dar exact asta trebuie să faci într-un profil matrimonial. Trebuie să vrei să scrii despre ce anume te face pe tine cel mai bun și de ce ești atrăgător. Vezi care sunt răspunsurile prietenului la cele două întrebări de mai sus și include răspunsurile respective în profilul tău. Nu doar că trebuie să te promovezi, dar trebuie și să scrii gândindu-te la public, la oamenii — de fapt, la acea persoană — pe care dorești să-i atragi și la felul în care aceștia vor

percepe profilul tău. Roagă-ți prietenii de sex opus să se uite pe profilul tău și să-și spună părerea. S-ar putea să vină cu o nouă perspectivă.

E bine să te diferențiezi de alții, dar și să arăți că ești o persoană normală, echilibrată. E important să arăți care sunt interesele tale, dar, în același timp, nici să nu dezvălui prea mult. Lasă unele chestii pentru mai târziu. Prezintă diversele fațete ale persoanei tale. De exemplu, poți să arăți că îți place ceea ce faci ca activitate profesională, dar și că ai un anumit hobby. E bine să-i arăți potențialului partener prin ce anume ești diferit și cum anume te diferențiezi. Chiar dacă ți se pare inconfortabil, e esențial să te prezinți drept persoana încrezătoare în sine, unică și minunată care ești.

Pentru a înțelege mai bine, să ne uităm la profilurile lui X și Y, cele două de la începutul capitolului, și să vedem dacă putem stabili de ce profilul lui Y a avut efectul dorit, iar cel al lui X, nu. Am modificat numele de utilizator și o parte din text pentru a proteja identitatea persoanelor în chestiune.

Profilul lui Y: Fata texana 2

Profilul lui Y avea o poză foarte frumoasă cu ea zâmbind încrezătoare. Din ochii ei răzbăteau deschidere și strălucire. Mai avea și o poză cu ea trecând linia de sosire a unui maraton și o alta în care se juca în parc cu cățelul ei. Mai avea și o fotografie din cap până în picioare, îmbrăcată într-o rochie sexy care să arate destul, dar nu totul.

Profil:

Caut pe cineva special care să mă ajute să iau orașul pe sus. Ca angajată la președinție și mutată aici de curând, pun pasiune în munca mea, dar îmi place și să mă relaxez la Pour House, să merg cu bicicleta pe Custis Trail sau să mă bucur de o plimbare de duminică la piață. Prietenii îmi spun că sunt amuzantă, chiar foarte, uneori, și, de multe ori, sunt sufletul petrecerii, dar, datorită valorilor mele tradiționale, sunt și

genul de persoană pe care oamenii simt că pot conta întotdeauna și care nu trădează secrete. Caut un bărbat cu zâmbet luminos care să aibă simțul umorului, dar care să știe și să fie serios când ocazia o cere. Dacă și ție îți place să mergi cu bicicleta prin oraș, să vorbești despre politică la o cafea, dacă nu te deranjează că sunt fanul celor de la Brown*, ești în căutarea partenerei ideale și visezi ca într-o zi să urci până în vârful unui munte îndepărtat, lasă-mi un mesaj.

Profilul lui X: Pisicuța Sexy 696969

X era îmbrăcată provocator în fiecare fotografie. În două poze avea pe ea niște bikini care nu mai lăsau nimic imaginației. În aproape toate pozele apărea înconjurată de prietene, iar patru dintre fotografii sunt, evident, făcute în baruri. În fiecare poză avea o băutură în mână și în câteva părea beată.

Profil:

Așa cum se vede, îmi place să mă distrez și să ies în oraș. Nu sunt străină de acele happy hours și nici de nopțile târzi petrecute în Lucky Bar sau oriunde altundeva în Adam's Morgan**. Îmi place să ies la cumpărături și nu numai cu prietenele mele. Detest manifestările emoționale și pe cei care mint în profil. Dacă nu ai 1,80 m, nu afirma că ai. Muncesc ca să trăiesc, dar cu siguranță nu trăiesc ca să muncesc. Contabilă ziua, animal de pradă noaptea. Dacă ești sexy, singur, deștept, cu simțul umorului și dacă poți bea cu mine până să mă bagi sub masă sau măcar să încerci, dă-mi un semn.

---

* Echipă de fotbal american originară din Cleveland. (*N.t.*)

** Cartier cosmopolit din Washington, DC. (*N.t.*)

Când ai timp uită-te din nou peste Da-urile și Nu-urile din acest capitol și încearcă să-ți dai seama de ce profilul lui Y a avut efectul dorit, iar cel al lui X, nu.

Răspunsuri

Profilul lui Y o prezintă ca fiind tipa activă, deșteaptă și amuzantă care și este. Numele de utilizator este perfect pentru a ilustra o parte importantă a sa. Tonul este relaxat, dar se vede că ea caută ceva serios, fără să fie prea gravă sau prea disperată. Este percepută ca deșteaptă, amuzantă, încrezătoare și plină de pasiune pentru ceea ce face, oferind și câteva detalii despre sistemul ei de valori. Fotografiile ei sunt perfecte pentru a atrage atenția unui partener potrivit. Este drăguță, simpatică, un fel de vecina de alături, cu siguranță având stofă de iubită și soție.

În schimb, X a ales un nume ce pare mai degrabă de star porno decât de iubită. Fotografiile o prezintă drept ceva ce nu este în realitate. Poți să te îmbraci cum vrei, dar dacă încerci să atragi partenerul potrivit și/sau genul pe care să-l iei de bărbat, cel mai probabil nu o vei face cu acest tip de fotografii. Spunând și arătând că e mereu cu prietenele, pare în contradicție cu intenția de a se prezenta ca o parteneră potrivită în căutarea unei relații serioase — dacă e mereu cu fetele, când o să mai aibă timp pentru un bărbat? De asemenea, faptul că afirmă că nu vrea manifestări lacrimogene indică și că a avut parte de așa ceva în trecut, ceea ce, din nou, transmite un mesaj greșit. Are și câteva greșeli de punctuație și de ortografie, ceea ce arată că și-a scris profilul în grabă și că nu e atât de implicată. Afirmând că se întâlnește doar cu bărbați peste 1,80 m o face să pară superficială și disperată după atenție. În niciun caz acest profil nu va atrage același tip de bărbați ca profilul lui Y, chiar dacă ambele au același scop.

Dacă îți faci timp să folosești recomandările din acest capitol care să te ajute să-ți creezi un profil matrimonial mai bun și în deplină siguranță în lumea virtuală, atunci ești pe drumul cel bun în găsirea unui partener potrivit. Nu te grăbi și nu te descuraja. Matrimonialele online sunt un proces, unul care cere efort activ și multă implicare. Însă continuă să ai încredere; există multe povești de succes, și a ta poate deveni una dintre ele!

<0))))x

Partea a II-a

Curs introductiv de judo cibernetic: Cum să te protejezi, pe tine și familia ta, de infractori, mincinoși și agresori

<o))))><

}-(((*>

Capitolul 7

Siguranță pentru copilul tău: tot ce trebuie să știi

<0)))x

Trăim într-o lume în care reputația din mediul online e la fel de puternică și de importantă ca și cea pe care o avem din lumea reală. De fapt, cele două devin repede unul și același lucru. Suntem prima generație de oameni ale căror vieți sunt precum niște cărți deschise pe care le poate citi oricine pe internet. Odată cu această generație, avem capacitatea de a obține informații despre oameni de la naștere și pe întregul parcurs al vieții lor. Avem acces la o cantitate enormă de informații despre ei, precum obișnuințele de viață, fotografii, hobby-uri, numere de telefon, căsătorii/divorțuri, și lista poate continua. Nu doar că e imperios necesar să ne protejăm propriile identități virtuale, dar trebuie să le protejăm și pe cele ale copiilor, ale nepoților și ale altor micuți care ne sunt rude. Într-un anumit sens, ai capacitatea de a le crea identități virtuale chiar din prima lor zi de viață. Mulți părinți postează fotografii cu copiii lor, povestesc tot felul de lucruri despre ei și actualizează frecvent informații din viața lor. Rudele și prietenii care stau departe își pot vedea nepoțelele și nepoțeii cum cresc și se pot simți în legătură cu aceștia într-un fel care înainte nu era posibil. Asta poate fi un lucru minunat. Dar trebuie să fii extrem de precaut când postezi despre copii, toți copiii. Trebuie să te gândești bine la conținuturile pe care le postezi și dacă sunt adecvate. Nu trebuie să uiți că tu ești cel care creează identitatea virtuală a

copilului tău, iar aceasta îl va urmări *toată viața*. Prin urmare, cum dorești să fie această identitate?

Când postezi comentarii despre copiii tăi sau fotografii cu ei, gândește-te la ce vor vedea și la ce informații despre ei vor avea acces alți oameni acum și pe viitor. Am aflat despre datele EXIF în capitolele anterioare. Ai grijă ca fotografiile să nu conțină niciun fel de informații de localizare. Poate că i-ai făcut micuțului o poză în pătuț, fiindcă e atât de drăguț în acea salopetă de la bunica. Poate că i-ai făcut o poză superbă la grădiniță în timp ce se juca cu mâinile în culori și ai postat-o împreună cu un comentariu despre cât de frumos e la grădiniță. Poate că postezi și discuți despre lucrurile pe care le faci cu copilul în fiecare zi, cum ar fi că-i citești povești seara la culcare. Fără să vrei, s-ar putea să dezvălui ora la care se culcă sau alte detalii despre jucăriile sau cărțile sale preferate. Nu uita că o persoană cu intenții rele față de copilul tău poate să pună foarte repede cap la cap locul unde te afli și alte amănunte subtile despre tine și copilul tău, cum ar fi unde locuiește, unde și când merge la școală, folosindu-se de aceste amănunte pentru a crea un tipar de activitate al copilului tău. Dacă această persoană rău intenționată află suficiente detalii despre copilul tău, ar putea să se folosească de ele pentru a-ți convinge copilul că este un prieten, și nu un necunoscut.

Un detectiv, pe care l-am cunoscut pe când lucram în investigarea cazurilor de exploatare a copiilor și cu care am rămas în relații apropiate, mi-a spus o poveste înspăimântătoare. Ancheta un presupus infractor acuzat de pornografie infantilă care se presupunea că vindea fotografii pornografice cu copii. Când specialistul în cibernetică cu care lucra detectivul s-a apucat să se uite prin calculatorul suspectului, a descoperit niște discuții pe chat foarte tulburătoare. Suspectul stătea de vorbă cu o fată de 11 ani, dându-se drept un băiat de 13 ani de la o școală din apropiere. Pretindea că o cunoscuse la o petrecere, chiar dacă ea nu-și amintea de el. Suspectul adunase o cantitate impresionantă de informații

despre fată. Știa la ce școală merge, unde locuiește, cine sunt prietenele ei, amănunte despre fratele ei, ce câine are, când e ziua ei de naștere, care sunt hobby-urile ei. Mai știa și că avea probleme la școală cu o anumită colegă. Ea a presupus că, întrucât el știa atât de multe despre ea, probabil că îl cunoștea și că îl întâlnise așa cum pretindea el. Fata nu avea un profil propriu foarte detaliat, așa că, atunci când detectivul s-a apucat să analizeze discuțiile pe chat dintre cei doi, nu prea și-a dat seama de unde avea suspectul atât de multe informații despre ea. Nu a găsit niciun indiciu că ea i-ar fi dat acele detalii concrete pe care le cunoștea despre ea. S-a apucat el însuși să o caute pe fată pe internet. S-a dovedit că mama fetei avea un site de socializare public, fără setări de confidențialitate, și că vorbea adesea despre fiica ei. Era mândră de ea și le arăta prietenelor ei tot felul de lucruri, când, ce să vezi?! — pentru că mama avea un profil public, fără setări de confidențialitate, suspectul a putut să afle detalii despre fetiță și să o facă să creadă că o cunoștea. Când specialistul a căutat în calculatorul suspectului, a putut să confirme că suspectul se uitase într-adevăr frecvent pe profilul mamei de pe acel site de socializare. Din fericire, fetiței nu i s-a întâmplat nimic, dar mama a învățat o lecție dură despre protecția online. Repet, intenția mea nu e să te sperii, ci să te fac să fii mai conștient despre modurile în care altcineva se poate folosi de o fotografie sau de niște comentarii ca să-ți facă rău, ție sau copilului tău.

În plus față de recomandarea de a nu posta detalii personale de identificare despre copiii tăi, e important și să nu postezi ceva care s-ar putea întoarce într-o zi împotriva copilului tău. Specialiștii HR vor avea pe viitor un domeniu de activitate încărcat cu o cantitate uriașă de informații despre potențialii candidați. Când copilul tău are probleme cu cineva sau a chiulit de la școală, nu e nevoie să postezi toate astea pe internet, unde vor rămâne pentru totdeauna. Majoritatea părinților care fac asta vor doar să mai scape de tensiune sau să ceară ajutorul altor părinți, dar gândește-te și așa: ai intra într-o încăpere plină de viitorii angajatori ai copilului

tău ca să le spui toate detaliile despre cum fiul tău aproape că a fost suspendat în liceu pentru că a copiat sau despre cum chiulește mai mereu de la școală sau despre cum s-ar putea ca fiica ta să aibă o tulburare alimentară? Le-ai spune că băiatul tău a luat notă mică la testul de istorie sau că nu poate să scrie un referat mai bun de nota 6? Căci a posta acest tip de amănunte în rețelele de socializare împreună cu informațiile de identificare a copilului tău e exact același lucru ca și cum le-ai răspândi pentru a fi aflate de orice viitor angajator. Probabil că setările de confidențialitate te protejează în prezent, dar pe viitor nu știi ce fel de acces poate avea cineva la rețeaua ta de socializare. S-ar putea să distrugi viitoarea carieră a copilului tău fără să vrei. Internetul e plin de site-uri foarte bune, private, protejate și anonime unde poți intra să ceri ajutor pentru copilul tău dacă are probleme, dar nu posta informații de identificare sau informații personale în rețelele de socializare. O postare ocazională despre o prostie pe care a făcut-o nu e sfârșitul lumii; dar nu uita că identitatea și reputația sa virtuale îl vor urmări toată viața, așa că trebuie să gestionezi această identitate în așa fel încât să susțină o reputație fără pată, și acum, și pe viitor.

Un alt lucru pe care să-l reții e că acele lucruri pe care le postezi astăzi pot deveni mai târziu motive pentru care copilul tău să fie agresat. Acea poză cu fata ta stând pe W.C. și cu titlul: „Nancy a făcut primul ei caca de fetiță mare" ar putea avea implicații dezastruoase mai târziu, când viitorii ei colegi o vor găsi (și o vor găsi!). Îți poți imagina ironiile și tachinările. Știu că ești mândru de copiii tăi și vrei să păstrezi și să le arăți tuturor prietenilor și membrilor familiei marile momente ale vieților lor, dar gândește-te cum va fi afectat copilul de acea fotografie mai târziu în viață. Dacă vrei într-adevăr să arăți acea poză cuiva, trimite-o doar unor prieteni și rude de încredere; nu o pune în rețelele de socializare sau pe internet. Sau, și mai bine, păstrează-o pentru când Nancy vine pentru prima dată acasă cu partenerul ei de la balul de absolvire, iar tu o să scoți acel afurisit album foto. Tu creezi identitatea copilului tău și, ca părinte, e treaba ta să ai grijă ca acea

identitate să fie sigură și să nu-i afecteze sub nicio formă viitorul într-un fel negativ.

Pentru că acum înțelegi mai bine cum să gestionezi identitatea virtuală a copilului tău, nu posta fotografii sau detalii despre copilul altcuiva înainte de a avea acordul părinților acelui copil. Dacă observi că o prietenă postează amănunte despre copilul ei despre care crezi că s-ar putea întoarce împotriva acelui copil, cumpără-i neapărat femeii un exemplar din această carte!

Cum să asiguri securitatea copilului tău

Mă irită când aud părinți spunând că fiii și fiicele lor sunt mult mai avansați într-ale rețelelor de socializare și într-ale internetului decât sunt ei și că habar nu au ce fac copiii lor online. Există o limită foarte fină între a asigura securitatea copiilor noștri în lumea virtuală și a le permite o oarecare intimitate. Înainte era o regulă generală bună să ții calculatorul într-un loc în care să-l poți supraveghea, dar acum, când majoritatea adolescenților își folosesc smartphone-ul pentru a intra pe rețelele de socializare, doar atât nu mai e de ajuns. Dacă fiul sau fiica ta are deja un dispozitiv mobil și conturi în rețelele de socializare, primul pas e să știi ce programe, aplicații și rețele de socializare folosește. Spune-i să-ți arate ce aplicații are pe telefon și pe calculator și la ce servesc. Poți face și tu câteva săpături. Descarcă aceleași aplicații și spune-i copilului că le vei folosi și tu și că vrei să te împrietenești cu el și să ai acces la pagina sa. Spune-i că nu vei comenta chestii care să-l stânjenească, de tipul „Gândăcelul meu iubit e atât de drăguț", dar că trebuie să știi cu cine comunică și ce anume postează. Dacă tocmai i-ai luat primul telefon mobil și abia ai început să-l lași la calculator, puteți instala împreună aplicațiile respective. Vezi să cunoști parolele lui, iar el să știe asta. Eu, personal, sunt de părere că a-ți lăsa copilul să știe că ai posibilitatea să-l supraveghezi dă rezultate mai bune decât

să folosești programe de tip spyware sau keylogger fără ca el să știe. Totuși, ca măsură de precauție, recomand utilizarea de aplicații de localizare care să te anunțe unde este telefonul copilului tău în orice moment. Aceste aplicații îți permit să folosești un program de localizare pentru a cunoaște unde se află telefonul lui ori de câte ori dorești să o faci. Din nou, recomand să îi spui copilului că faci asta. Transparența care funcționează în ambele sensuri este mereu bine-venită.

Tehnologic vorbind, cam asta e tot ce poți face. Cel mai important sfat pe care îl am este să-ți educi copiii cu privire la potențialele pericole ale tehnologiei și să-i înveți cum să se protejeze. Spune-le despre datele EXIF și despre pericolele postării de prea multe detalii. Recomand să citiți împreună acest capitol și cele câteva care urmează, pentru a le oferi priceperea și instrumentele necesare pentru a se proteja, pe ei și reputația lor virtuală. Nu uita că e mult mai ușor să previi o problemă decât să cureți după dezastru. O prietenă de-a mea mi-a povestit o întâmplare care ilustrează cât de important este să procedezi așa. S-a întâmplat să aducă vorba despre vecina ei care are o fată de 16 ani. Fata stă mereu de vorbă pe chat cu cineva pe care l-a cunoscut online. Eu i-am zis să-i spună vecinei sale despre recomandările mele din acest capitol. Vecina mi-a ascultat sfatul și a început să monitorizeze activitatea fiicei sale în rețelele de socializare. Îi cunoștea prietenii și a observat că e ceva ciudat cu privire la băiatul cu care comunica fiica ei. Ceva nu era în regulă. Băiatul a propus o întâlnire față în față. Vecina i-a spus fiicei să-i spună băiatului că, dacă urmau să se cunoască personal, atunci tatăl ei va merge în urma ei, la o distanță respectabilă. Majoritatea celor de 16 ani s-ar enerva din cauza asta, așa cum s-a enervat și ea, dar a fost de acord. Băiatul a rupt imediat orice legătură. Uriaș semnal de alarmă! Dacă el ar fi fost cu adevărat un băiat de 16 ani, probabil că ar fi tachinat-o un pic în legătură cu tatăl ei hiperprotector, dar nu i s-ar fi părut mare lucru. O persoană cu intenții rele față de fată mai mult ca sigur că ar fi rupt imediat orice legătură, exact așa cum a făcut și acest individ.

Priorități în asigurarea siguranței copiilor tăi

- Nu vorbi despre rutina lor.
- Șterge datele EXIF și alte date de localizare când postezi fotografii.
- Ai grijă când postezi detalii despre copiii tăi.
- Nu posta niciodată o fotografie cu copilul tău în pielea goală pe site-uri deschise publicului cum sunt cele matrimoniale sau Twitter și ai grijă când postezi astfel de fotografii sau altele, în care este parțial îmbrăcat, în rețelele de socializare.
- Nu-ți spăla rufele în public și nu posta conținuturi care ar putea afecta cariera sa.
- Nu posta fotografii care ar putea să facă din copilul tău ținta tachinărilor.
- Activează setările de confidențialitate pentru toate conturile.
- Împrietenește-te cu ei pe toate conturile lor.
- Învață despre programele pe care le folosesc.
- Instalează programe de localizare pe dispozitivele copiilor mici.
- Învață-i pe copii cum să se protejeze singuri.

Agresiunea virtuală: Ce să faci dacă ți se întâmplă ție sau copilului tău

Am vorbit despre cum să-ți protejezi copiii online făcând lucruri asupra cărora ai un oarecare control, dar ce te faci cu lucrurile asupra cărora ai mai puțin control? Conform unui studiu din 2013 realizat de Centrul de Cercetare al Agresiunilor Virtuale din cadrul Biroului Juridic al Ministerului Sănătății din Statele Unite, peste 50% dintre elevi au declarat că au fost agresați virtual[1].

Din păcate, la știri e plin de povești tragice despre agresiunea virtuală. Majoritatea am auzit de povestea lui Tyler Clemente:

La facultate, Tyler a devenit victima agresiunii virtuale. Intimitatea lui a fost încălcată când colegul de dormitor a instalat o cameră video pentru a-l spiona. Acest coleg l-a văzut in timpul unui act intim și i-a chemat și pe alții să se uite. Tyler a descoperit abuzul colegului său de cameră și faptul că avea planificată și o a doua încercare. Văzând comentariul de pe Twitter al colegului său, Tyler a aflat că devenise obiectul ridiculizării în noul său mediu social. La scurt timp el și-a pus capăt zilelor sărind de pe podul George Washington. Avea 18 ani[2].

Un alt caz bine-cunoscut este cel al adolescentei Audrie Pott:

La începutul lui septembrie 2012, martorii spun că Pott a mers la o petrecere împreună cu alți zece adolescenți care se pare că erau beți. Se pare că trei sau mai mulți dintre acești adolescenți au violat-o. În timpul agresiunii au fost făcute fotografii care au fost apoi distribuite în rețelele de socializare și prin SMS. În zilele următoare, Pott a reclamat că era agresată de către cei care au văzut fotografiile. Pe 12 septembrie 2013 fata s-a sinucis[3].

De asemenea, povestea lui Rehtaeh Parsons:

În noiembrie 2011, Rehtaeh Parsons, pe atunci în vârstă de 15 ani, se pare că ar fi mers împreună cu o prietenă într-o casă unde martorii afirmă că a fost violată de patru adolescenți. Aceștia băuseră votcă în cadrul unei petreceri restrânse. Parsons nu-și amintește foarte multe despre întâmplarea respectivă, doar că la un moment dat a vomitat. Când unul dintre băieți se presupune că o viola, incidentul a fost fotografiat, iar fotografia a fost răspândită în decurs de trei zile în tot

orașul și la școala la care mergea fata. După aceea, mulți au numit-o la școală „târfă", iar pe Facebook începuse să primească mesaje de la indivizi care-i cereau să facă sex cu ei. Presupusul viol a rămas nereclamat timp de câteva zile, până când fata a cedat și le-a mărturisit părinților, care au chemat salvarea și poliția[4].

Aceste povești sunt îngrozitoare. Agresiunile au loc de când e lumea și pământul, dar în prezent sunt mult mai diferite decât erau atunci când eram eu mică. Acum, agresorii au acces la internet și la rețelele de socializare, iar victimele simt adesea că nu vor reuși să mai scape vreodată. Nu susțin că știu de ce este cineva agresor, dar poate pentru că sentimentul e anonimat online și că nu e nevoie să-și insulte victima în față contribuie la extraordinara cruzime a cazurilor de agresiuni virtuale din ziua de azi.

Agresiunea virtuală îmbracă multe forme, și nu doar copiii sunt țintele ei, așa cum o dovedește și cazul următor:

Cheryl Dellasega este psiholog și autoarea cărții *Mean Girls Grown Up**. Dellasega afirmă că femeile atacă de regulă alte femei, mai ales în spațiul virtual. „Am auzit despre femei mature care se răzbună mult mai mult și se răzbună în moduri foarte rele, până la punctul în care site-urile ajung să fie închise sau oamenii renunță la acele site-uri", afirmă ea. Această agresiune poate să constea într-un comentariu răutăcios sau într-o serie de astfel de comentarii. Poate avea loc prin e-mail, pe site-urile de socializare și chiar și prin mesageria instant. „Subiectele în legătură cu care femeile sunt agresate sunt practic nesfârșite. Poate să fie o poveste de dragoste. Poate să fie despre ce fel de părinte ești", a continuat Dellasega[5].

---

* Fetele rele la maturitate (engl.). (*N.t.*)

Cum să identifici agresiunea online[6]

Dacă agresorul:

- Îi trimite victimei mesaje hărțuitoare, vulgare sau amenințătoare.
- Postează online informații private despre cineva, cum ar fi adresa de domiciliu, fără consimțământul victimei.
- Pozează ca victimă pentru a-și umili ținta.
- Postează fotografii sau alte conținuturi degradante sau umilitoare.
- Îi trimite victimei e-mailuri în masă sau SMS-uri.
- Sparge contul victimei.

Ce poți să faci?

Deci ce poți să faci în cazul în care copilul tău sau cineva cunoscut a fost sau este victima unei agresiuni virtuale? Poți anunța la școală, dar se poate ca școala să nu poată sau să nu vrea să-ți ofere prea mult ajutor:

> Când școlile încearcă să se implice, prin pedepsirea elevilor pentru acțiuni de agresiune virtuală care au avut loc în afara campusului sau în afara orelor de curs, sunt adesea date în judecată pentru exces de autoritate și pentru violarea dreptului elevului la liberă exprimare. De asemenea, de multe ori pierd procesele[7].

Dacă tu sau copilul tău este victima unei agresiuni virtuale, sunt câteva lucruri pe care le poți face. Primul e să depui plângere penală dacă agresiunea încalcă vreo lege, cum ar fi amenințarea copilului tău cu intenția clară de a i se face un rău sau dacă agresorul a spart contul copilului tău și a postat conținuturi agresive sau vătămătoare. Există și cazuri în care poți depune plângere civilă, dacă agresiunea nu întrunește

condițiile unei infracțiuni penale. Legile sunt diferite de la un stat la altul*. A treia opțiune este să anunți compania care găzduiește acel serviciu despre conținuturile sau conturile pe care le dorești șterse, fără intenția de a face plângere la poliție. A patra opțiune este să blochezi accesul agresorului și să ceri ajutorul unor organizații precum Bullying.org. A cincea opțiune este, desigur, să-i spui copilului să ignore agresiunea. Numai tu și copilul tău puteți stabili dacă vreți să faceți demersuri în vederea unei plângeri penale sau civile. Gândește-te la plusuri și la minusuri și discutați împreună pentru a lua o decizie. De asemenea, stai de vorbă și cu alți părinți care au trecut prin experiențe asemănătoare, intră pe grupuri de discuții online, ia legătura cu un avocat și/sau cu consilierul școlii sau cu alte grupuri de sprijin. Contactează organizațiile educaționale ca Stopcyberbullying.org care să te ajute să iei cea mai bună decizie cu privire la opțiunile tale și la ce ar fi cel mai bine pentru tine și copilul tău.

Cazuri civile și cazuri penale de agresiuni virtuale

Cazurile civile sunt, în general, declanșate de indivizi sau de corporații care caută să strângă banii datorați sau drepturile financiare. Cazurile penale sunt declanșate de administrația locală, statală sau federală ca răspuns la o presupusă încălcare a legii și se finalizează cu amendă, închisoare sau ambele[8].

În funcție de tipul de agresiune și de regulile statale, poți depune fie o plângere penală, fie una civilă, în funcție de opțiunile avute la dispoziție. Oricine poate da în judecată pe oricine la Curtea Civilă pentru orice. Dacă ajungi în cele din urmă să deschizi un caz penal, poți să deschizi și unul civil.

* Este vorba despre state ca diviziuni administrative ale SUA, și nu despre statele lumii ca țări diferite. (*N.t.*)

Nu e întotdeauna clar ce fel de caz ai. De fiecare dată e mai bine să iei legătura cu autoritățile locale, cu un avocat sau cu o organizație precum Stopcyberbullying.org care să te ajute să stabilești ce fel de acuzații se potrivesc în situația ta. Eu nu sunt avocat și nu pot oferi consultanță juridică, deși am stat de vorbă cu avocați pentru acest capitol. Totuși, dacă tu și copilul tău sunteți agresați, recomand insistent să iei legătura cu organizații de sprijin, cu un avocat și/sau cu autoritățile, indiferent de situație.

Tipuri de agresiuni virtuale

Trimiterea de mesaje violente sau amenințătoare

Trimiterea de mesaje violente, care lezează, s-ar putea să nu constituie o infracțiune penală, dar poate să fie o cauză pentru un proces civil. Totuși, trimiterea unui anumit tip de mesaj amenințător poate fi considerată o infracțiune. În California, actul de a amenința intră sub incidența Codului Penal, secțiunea 422. Pentru ca amenințarea să fie considerată infracțiune penală trebuie să fie o amenințare iminentă, concretă, necondiționată și de vătămare corporală sau moarte. Trebuie să fie clar că agresorul a avut intenția ca victima să înțeleagă mesajul său ca pe o amenințare.

De exemplu, dacă un agresor trimite SMS-uri sau postează conținuturi pe un site de socializare spunând că „Jane e o târfă", asta e puțin probabil să fie considerată o infracțiune. Totuși, „mâine la ora 3 când vine la școală o să o iau pe Jane la bătaie" este o amenințare concretă și, probabil, o infracțiune. Amenințările vagi de tipul „vezi că s-ar putea s-o pățești" nu sunt suficient de concrete și cel mai probabil nu vor fi considerate infracțiuni.

Postarea de informații private pe internet fără consimțământ

Se poate ca acest tip de agresiune să fie considerat sau să nu infracțiune, în funcție de cum au fost obținute acele informații și în ce constau conținuturile postate. Dacă agresorul găsește pe internet adresa victimei și postează pe Craigslist un anunț, dându-se drept victima și afirmând că dorește să fie violată la această adresă, există state în care acest fapt este considerat infracțiune. Dacă agresorul are de la victimă o fotografie sau o adresă cu informații personale, iar el postează acea fotografie alături de un text care spune „Aici locuiește o târfă", dă și adresa, s-ar putea să nu fie neapărat o infracțiune. Totuși, s-ar putea foarte bine să fie un caz civil. Când cineva postează informații medicale personale care se întâmplă să fie adevărate și nu are consimțământul tău, s-ar putea să constituie infracțiune federală.

Spargerea contului cuiva pentru a posta conținuturi

Cel mai probabil asta va fi considerată infracțiune. Agresorul nu doar că a furat datele de identificare ale victimei și probabil și alte informații personale ale acesteia, dar se poate să fi comis chiar un furt de identitate. De asemenea, a intrat pe contul cuiva fără permisiunea acestuia. Asta nu e doar infracțiune, cel mai probabil încalcă și termenii, și condițiile de utilizare ale celor mai mulți dintre furnizorii de servicii (ca Facebook).

Crearea unui cont fals (Facelifting)

Facelifting înseamnă să creezi pe Facebook un profil fals, susținând că ești altcineva. De multe ori, nu ai cum să știi că cineva a făcut asta. În majoritatea cazurilor, un cunoscut

al victimei află și anunță victima. O poveste arhicunoscută continuă să circule prin Ministerul Apărării despre un agent al Forțelor Speciale care a refuzat să-și facă un cont pe Facebook. Cineva a creat un profil pentru el fără știința lui și l-a folosit pentru a aduna informații despre el. El habar nu avea de existența acestui profil până când un prieten a menționat acest lucru într-o discuție. Imaginează-ți câte informații adunase falsificatorul despre acest om pe baza a ceea ce-i spuseseră prietenii acestuia sau pe baza asociațiilor pe care le-a făcut în funcție de cei care s-au împrietenit cu el. În plus, prietenii i-au dat tag în fotografii, ceea ce ar fi putut avea grave consecințe pentru el, dată fiind profesia sa. În acest caz, intenția nu a fost agresivă. Dar dacă ar crea cineva o pagină falsă pentru a-ți umili copilul? Repet, asta ar putea fi considerat furt de identitate și ar putea să constituie o infracțiune. De asemenea, discursul agresorului pe pagina falsificată îți poate fi de ajutor. Dacă agresorul vorbește pe site la persoana întâi, vei avea o șansă mai mare să demonstrezi furtul de identitate, căci agresorul se dă, practic, drept victima sa.

Postarea de conținuturi umilitoare

Astfel de exemple sunt „Jane e grasă și nu o place nimeni“ sau „Jane e o târfă“. Repet, depinde mult de fapte pentru a se putea stabili dacă un caz este penal sau civil. Cel mai probabil ceva de genul acesta va deveni un caz civil, dar asta depinde și de modul în care a fost obținut acel conținut.

Prima reacție e crucială

În funcție de cum alegi să acționezi mai departe, sunt câteva lucruri pe care trebuie să le discutăm. Prima ta reacție (sau a copilului tău) ar putea să fie răzbunarea sau un telefon dat părinților agresorului. În primul rând, nu te răzbuna

niciodată. S-ar putea să ajungi, tu sau copilul tău, să întreci măsura și să te confrunți chiar tu cu acuzații civile sau penale. Dacă există vreo posibilitate să depui plângere de orice fel și dacă dorești închiderea contului agresorului, nu-i anunța părinții imediat. Sincronizarea e crucială. Indiferent dacă poți controla sau nu conținuturile postate, primul lucru pe care trebuie să-l faci e să păstrezi acele conținuturi. Dacă ai control asupra contului, schimbă-ți parola. Nu șterge și nu elimina conținuturile și nu răspunde în niciun fel. Fă o captură de ecran cu acele conținuturi ținând apăsat pe tasta **CTRL** și pe **Print Screen** de pe tastatură. Captura de ecran va păstra doar imaginea — nu și metadatele sau conținuturile. Apoi folosește un program ca pagina de Screenshot Capture de la Google Chrome[9] și salvează tot site-ul, ca arhivă web. Un alt instrument pe care-l poți folosi este ScreenFlow[10] pentru a naviga pe site și a captura conținuturi. Ai grijă totuși: dacă acele conținuturi sunt ceva de genul: o fotografie în pielea goală a unui minor, iar tu ai descărcat acea fotografie pe calculatorul tău, se poate să te implici în activități ilegale. Dacă asta este situația, contactează imediat autoritățile locale, dar nu descărca și nu face o captură a acelei pagini. Notează cât mai multe lucruri despre acele conținuturi, precum ziua și ora postării, orice informații de localizare și așa mai departe. Notează și ultima dată și oră când ai accesat în mod legitim contul spart și de pe ce dispozitiv. Începe să alcătuiești o listă de suspecți, pentru ca atunci când anunți autoritățile să ai informațiile la îndemână.

Dacă ai de gând să faci o plângere, următorul pas este să contactezi imediat autoritățile, dacă nu ai făcut-o deja. Indiferent dacă e vorba despre un caz penal sau civil, în anumite state autoritățile vor trimite o *scrisoare oficială* către gazda acelui website pentru a păstra toate conținuturile și metadatele, cum ar fi adresele IP. Chiar dacă website-ul este eliminat sau contul șters, scrisoarea de păstrare a datelor îl va încunoștința pe furnizorul acelui serviciu (ca Facebook) că trebuie să păstreze datele pentru o posibilă procedură juridică.

Dacă acel caz este doar unul civil, autoritățile îți vor recomanda, cel mai probabil, să iei legătura cu un avocat. Avocatul poate să trimită o *cerere de reținere* către furnizorul acelui serviciu, prin aceasta înștiințându-l să păstreze conținuturile și metadatele, la fel ca în cazul scrisorii oficiale. Cazul va fi mai ușor dacă agresorul nu are timp să șteargă conținuturile înainte de a fi văzute de autorități. Dacă acel conținut este o fotografie cu copilul tău dezbrăcat, iar copilul tău este minor, acuzația juridică e mult mai gravă pentru suspect. Totuși, dacă agresorul a obținut acea fotografie de la copilul tău, acuzația juridică e mult mai gravă și pentru copilul tău.

În Capitolul 2, am discutat despre site-urile de socializare și aplicațiile care adună informații despre tine, despre obiceiurile tale de postare, despre dispozitive, coordonatele geografice și așa mai departe. Acum chiar îți sunt utile aceste informații. Nu doar că poți obține ajutorul site-ului de socializare respectiv, dar, odată ce acesta a primit scrisoarea din partea avocatului sau a autorităților, poate să ofere și informații detaliate despre contul, dispozitivul, sistemul de operare, adresa IP și coordonatele geografice de la care au fost postate acele conținuturi, ceea ce ajută la reducerea numărului de suspecți. Repet, s-ar putea să fie nevoie de o hotărâre judecătorească pentru asta. Îți aduci aminte de datele EXIF? Chiar dacă site-ul de socializare respectiv elimină datele EXIF ale fotografiilor înainte ca acestea să fie postate, se pot afla totuși datele EXIF inițiale ale fotografiei. Asta va oferi detalii de identificare despre aparatul foto care a făcut poza respectivă.

Termeni și condiții de utilizare

Dacă alegi să nu depui plângere, dar dorești totuși eliminarea acelor conținuturi, poți contacta furnizorul acelui serviciu pentru a șterge conținuturile respective. Majoritatea site-urilor de socializare ca Facebook au termeni și condiții

stricte de utilizare, care nu permit utilizatorilor să posteze conținuturi agresive sau negative legate de alți utilizatori. Cel mai probabil, furnizorul va închide contul agresorului. Ultima opțiune este de a-l bloca pur și simplu pe agresor în rețelele de socializare ca să nu mai vedeți, tu și copilul tău, ce se postează. E posibil ca, dacă agresorul vede că nu mai poate ajunge la tine sau la copilul tău, să-și vadă de treburile lui.

Ultima și cea mai importantă recomandare pe care o pot face este să te instruiești și să-ți instruiești copilul cu privire la astfel de agresiuni. Învață-i pe copii să recunoască semnele. De asemenea, asigură-te că ai un dialog deschis cu copilul tău în legătură cu agresiunile virtuale. Aceste agresiuni, din păcate, nu vor dispărea, dar asta nu înseamnă că ele trebuie suportate de copilul tău!

Capitolul 8

Șarlatanii, pescuit în ape tulburi și site-uri false



Scott Thomson avea un CV foarte impresionant. Fusese CEO la PayPal și director executiv la Inovant (auxiliar al Visa) și la Barclay's Global Investors. Avusese multe realizări în funcțiile sale anterioare și era considerat o achiziție foarte bună de orice companie. În 2011 a câștigat premiul Ernst & Young de Antreprenorul Anului pentru serviciile financiare în folosul Californiei de Nord. În anii 1970 a urmat facultatea la Stonehill lângă Boston și a obținut licența în informatică, de unde a și pornit cariera sa de succes[1].

Manti Te'o, jucător de fotbal al echipei Notre Dame, nominalizat la trofeul Heisman, a jucat excepțional împotriva celor de la Michigan State, ajutându-și echipa să câștige în septembrie 2012 în fața Spartanilor cu 20 la 3. Și-a condus echipa către victorie sub povara grea a unei duble tragedii: bunica sa și prietena sa, Lennay Kekua, muriseră amândouă la distanță de șase ore pe 11 Septembrie[2].

Amina Abdallah Arraf al Omari, o lesbiană de 25 de ani, pe jumătate siriană, pe jumătate americancă, cunoscută în Siria ca „Fata lesbi din Damasc", a atras atenția întregii lumi în 2011. Ea a fost aclamată ca eroină pentru că s-a ridicat împotriva opoziției despotice siriene. Hărțuită adesea de poliția secretă siriană, ea a impresionat lumea prin descrierea sinceră a vieții ei de lesbiană într-o țară aflată în mare dezordine. Ea a acordat interviuri emoționante pentru mass-media

occidentală și a început să aibă foarte mulți susținători. Apoi a căzut ca trăsnetul îngrozitoarea veste postată de vărul Aminei cum că fata a fost răpită[3].

În timpul alegerilor electorale din 2011 pentru primărie, candidatul republican Newt Gingrich a strâns 1,3 milioane de alegători loiali care-l urmăreau pe Twitter. Contracandidatul său a reușit să strângă doar 63 000. Părea că, pornind de la aceste cifre, Gingrich era un pretendent mult mai important datorită marii sale popularități pe rețelele de socializare[4].

Aparent, toate aceste patru povești sunt diferite. Totuși, ele au un element comun: persoanele despre care este vorba au folosit internetul și rețelele de socializare pentru a propaga neadevăruri și înșelătorii și fiecare dintre ele a fost prinsă. Scott Thomson a absolvit într-adevăr Stonehill; totuși, el nu a făcut în facultate nici măcar un singur curs de informatică, pentru că și-a dat licența în contabilitate. Lennay Kekua, prietena lui Manti Te'o, era de fapt un bărbat de 22 de ani pe numele său Ronaiah Tuiasosopo. „Fata lesbi din Damasc" era o înșelătorie săvârșită de Tom MacMaster, un american ce făcea studii în Scoția. Gawker și o companie de cercetare a rețelelor de socializare, numită PeekYou, au realizat o analiză detaliată asupra celor ce-l urmăreau cu loialitate pe Twitter pe Newt Gingrich și au descoperit că numai 8% dintre ei erau persoane reale; restul erau „bot*"-uri false ce imitau utilizatori legitimi.

La momentul scrierii acestei cărți, cei mai mulți dintre noi folosim zilnic rețelele de socializare. Din păcate, a devenit foarte populară în cultura online următoarea tendință: oameni care se dau drept altcineva sau care mint sfruntat, ceea ce a dat naștere la o grămadă de înșelătorii și scandaluri pe internet. Se pare că există o falsă senzație de separare între viața reală și cea virtuală. Aici intră și să minți în profilul tău matrimonial cu privire la greutatea, înălțimea sau vârsta ta, chiar dacă știi că vei fi prins în cele din urmă, când te vei

---

* Programe speciale ce imită comportamentul uman în diverse situații. (*N.t.*)

întâlni cu cineva în viața reală. Și atunci de ce cred oamenii că vor scăpa neprinși atunci când mint sau înfrumusețează adevărul online?

Oamenii consideră adesea că sunt protejați sau măcar că sunt anonimi pe internet datorită setărilor de confidențialitate de pe site-urile de socializare. Din acest motiv se poate ca ei să considere că pot controla cine să aibă acces la datele lor. Acest lucru e sporit și de sentimentul că ești ascuns în spatele unui ecran — pentru că sunt protejați și anonimi pot fi oricine doresc să fie, versiuni mai bune (sau mai rele) ale lor înșiși. Totuși, așa cum am aflat din capitolele anterioare, nu așa stau lucrurile în realitate. Da, poți face anumite demersuri pentru a deveni anonim pe internet, dar pentru că viața reală și cea virtuală s-au amestecat, a devenit tot mai greu să minți și să scapi neprins. Oamenii au mințit dintotdeauna sau au înfrumusețat adevărul, dar atunci când folosești internetul sau site-urile de socializare pentru asta, e mult mai probabil să fii prins, așa cum știm deja.

În numai câteva secunde avem acces cu ușurință la cantități uriașe de date pe internet. Folosind analiza modificată a declarațiilor și lista de recomandări din această carte e mult mai ușor să evaluezi pe cineva sau să stabilești dacă spune sau nu adevărul. Întrucât în spatele oricărei identități virtuale se află o persoană reală (care ar trebui să respecte un tipar normal), îți e mult mai ușor să stabilești când cineva nu este real, indiferent dacă are cont numai pe Twitter sau pe mai multe site-uri de socializare.

Să minți în CV nici nu se pune problema. Cu mulți ani în urmă, surse online, dar și fizice (inclusiv în biografia de pe Yahoo) scriau că Scott Thomson e licențiat în contabilitate și informatică, fiind absolvent al Colegiului Stonehill. Pur și simplu nu ai cum să minți într-o biografie publicată sau într-un CV online, pentru că viața reală se împletește cu identitatea ta virtuală. Thomson a avut și colegi de școală. Thomson a avut și niște colegi de muncă. Iar acești oameni cunoșteau adevărul. E foarte ușor să folosești un site de agregare sau un portal precum classmates.com pentru a-i găsi pe

colegii de școală ai lui Thomson care știau adevărul, asta dacă el nu a reușit să-l facă pe fiecare să mintă pentru el.

Încă se dezbate dacă Manti Te'o știa sau nu că prietena sa virtuală, Lennay Kekua, era o identitate falsă sau dacă a fost păcălit. Dar nu încape îndoială că Tom MacMaster știa că a creat o identitate falsă cu această „Fată lesbi din Damasc". Când cineva creează o persona virtuală falsă, apar întotdeauna semnale de alarmă. Folosindu-ne de ceea ce știm și dând o căutare după imagini, am vedea că și în cazul lui Te'o, și în cel al lui MacMaster fotografiile erau furate de pe site-ul altcuiva.

Conturile de Twitter false sunt destul de ușor de detectat. Repet, e foarte probabil ca un cont de Twitter fals să nu mai fie însoțit și de altele pe internet, precum un cont pe Facebook sau pe LinkedIn. Cel mai important, un cont Twitter fals probabil că nu are un public loial, după cum nici postări. De asemenea, un semnal de alarmă ar fi fost și dacă Gingrich avea într-o zi 60 000 de urmăritori, iar a doua zi 1,3 milioane.

Poate că aceste înșelătorii sunt interesante și incitante, dar probabil că n-au nicio legătură cu tine personal. Hai să vorbim acum despre înșelătorii pe care ar fi posibil să le întâlnești.

Recenzii false și pericolul reprezentat de serviciile de refacere a reputației

Am stabilit deja cât de importantă este reputația ta virtuală. Afacerile pot să supraviețuiască sau să moară în funcție de reputația lor virtuală și de recenziile pe care le primesc pe site-uri ca Yelp, Citysearch, Google și Yahoo. Recenziile îi ajută pe consumatori să-și dea seama dacă un anumit serviciu este sigur și/sau de încredere. Dacă ai de gând să te epilezi definitiv cu laserul sau să-ți albești dinții, recenziile negative te pot proteja, împiedicându-te să alegi un serviciu incomplet sau de-a dreptul prost. La fel, dacă ai nevoie să închiriezi un autobuz pentru petrecerea copilului tău, probabil că vrei să te asiguri că firma respectivă e sigură, că nu

au fost accidente sau alte probleme de siguranță sau încălcări ale legii. Dacă citești pe internet recenziile unei anumite companii de autobuze, pe Citysearch, Google, Yahoo și Yelp, și toate sunt excelente și pozitive, probabil că te gândești că e în regulă să lucrezi cu acea companie. Dar dacă recenziile pe care te bazezi sunt false?

În organizarea unui flagrant recent, procurorul general al New Yorkului a inventat un magazin fals de iaurturi care să aibă multe recenzii negative, vizând prin asta serviciile de refacere a reputației sau alte servicii care fac recenzii false:

> Eric Schneiderman a anunțat luni contracte încheiate cu 19 firme care au apelat la recenzii false și cu câteva companii de refacere a reputației, care au ajutat la plasarea de recenzii pe site-uri ca Citysearch, Google, Yahoo și Yelp. Firmele respective au fost amendate cu o sumă totală de 350 000 de dolari.
> Pe parcursul investigației ce a durat un an de zile, cunoscută ca Operația Gazon Curat, oficialii s-au dat drept proprietarii unui magazin de iaurturi din Brooklyn care a acumulat recenzii negative pe internet. Recenziile false, scrise în Bangladesh, Filipine, Europa de Est, au fost intermediate de firme de refacere a reputației pentru numai un dolar bucata. Din anchetă a reieșit și faptul că aceste companii au scris recenzii false chiar și despre propria afacere, negând că se ocupau cu redactarea de recenzii false.
> Investigația a dat la iveală faptul că astfel de firme de optimizare foloseau, pentru a-și ascunde identitatea, tehnici avansate de imitare de IP-uri și creaseră sute de profiluri virtuale false pe site-urile de recenzii pentru consumatori, unde postau recenzii false. Ele recrutau persoane care să scrie astfel de recenzii pe site-uri ca Craigslist și Freelance.com. Una dintre firmele de optimizare le-a cerut recenzorilor să aibă un cont vechi de cel puțin trei luni pe Yelp și să fi scris cel puțin 15 recenzii înainte de a fi solicitați să scrie recenzii false[5].

Și-atunci cum te poți proteja împotriva utilizării de servicii care recurg la recenzii false? Primul lucru pe care să-l reții e acela că nu tot ce citești pe internet e adevărat! Alături de analiza modificată a declarațiilor (de care ne vom ocupa într-un capitol ulterior), următoarele recomandări te vor ajuta să-ți dai seama care este o recenzie falsă:

- Dacă citești recenziile de pe Yelp sau de pe un alt astfel de serviciu și vezi că, într-o zi, compania respectivă a primit mult peste numărul mediu de recenzii, atunci s-ar putea să ai de-a face cu recenzii false.
- Dacă citești recenzii pozitive, iar recenzorii n-au mai scris despre niciun alt serviciu, s-ar putea să ai de-a face cu un fals. Majoritatea recenzorilor scriu despre mai multe servicii, nu doar despre unul.
- Dacă pe profilul recenzorului sunt numai recenzii pozitive, iar el acordă 5 stele la orice, acel recenzor s-ar putea să fie fals.
- Dacă recenzorul face evaluări ale unor companii și servicii din diverse locuri care nu au nicio noimă, s-ar putea să fie o recenzie falsă. Dacă o companie este plătită pentru a crea profiluri și recenzii false, e foarte probabil să refolosească anumite conturi. De exemplu, să scrie o recenzie pozitivă la un serviciu de albire a dinților din New Jersey, iar apoi, peste numai câteva ore, să scrie o recenzie pozitivă a unei firme de autobuze din San Francisco — posibilitatea ca o persoană reală să poată fi în două locuri în același timp tinde spre zero. În cazul în care constați așa ceva, poți să te gândești că recenzia respectivă e falsă.
- Majoritatea site-urilor cum este cazul Yelp oferă posibilitatea de a contacta recenzorul. Dacă ai suspiciuni, contactează-l pe recenzor și lămurește-te.
- Caută firma respectivă pe site-ul celor de la Better Business Bureau[6]. Aproape toate companiile și serviciile sunt cotate pe acest site. Întrucât acest serviciu nu

apreciază companiile pe bază de recenzii, ci investighează activ plângerile existente, e mai greu ca o evaluare bună să fie contrafăcută.

- În cele din urmă, majoritatea recenzorilor vorbesc concret și dau detalii despre un serviciu sau o firmă. O recenzie falsă nu va fi atât de detaliată, pentru că recenzorul nu a folosit, de fapt, acel serviciu. Exemplele următoare ilustrează asta.

Exemplul 1:

Această companie de autobuze e SUPER! Nu doar că John, șoferul, ne-a adus apă — căci noi am uitat —, dar a știut și să o ia pe centură când a văzut că autostrada 66 era plină, ceea ce ne-a făcut să câștigăm o oră. John mai știa și foarte multe despre locurile prin care treceam și m-a învățat pe mine (profesor de istorie) o grămadă de chestii pe care nu le știam despre istoria orașului. Recomand cu căldură această companie.

Exemplul 2:

Acest serviciu e super! Ca să fiu sincer, îl recomand cu căldură. M-am simțit foarte bine și am învățat și foarte multe. Este, cu siguranță, o alegere bună.

Observă cum Exemplul 1 este foarte detaliat și specific. Recenzorul cunoaște amănunte care indică faptul că a fost într-adevăr în autobuz. În Exemplul 2, recenzorul nu face decât o afirmație calificativă (vom învăța despre acestea mai departe) — ca să fiu sincer — și lipsesc detaliile personale. Nu dă niciun fel de detaliu care să-i susțină afirmația. Sigur, nu toate recenziile generice sunt false, dar folosindu-te de analiza modificată a declarațiilor și de lista de recomandări de mai sus poți să apreciezi recenziile și să vezi dacă o companie este sigură și de încredere, fără să te bazezi numai pe cota de 5 stele care poate să fie reală sau nu.

E-mailuri și site-uri false

Majoritatea am primit la un moment dat un e-mail în care eram rugați să trimitem bani pentru a ajuta un copil înfometat. Astfel de e-mailuri sunt destul de ușor de recunoscut ca înșelăciuni, căci sunt, de regulă, scrise greșit gramatical, iar povestea e adesea ridicolă. Dar cum e cu e-mailurile sau site-urile care au fost sparte și în care ni se cer informații personale ca parola, numărul de asigurare socială sau contul bancar? Cum putem învăța să ne dăm seama când suntem păcăliți pentru a oferi amănunte despre noi sau despre firma noastră?

Astfel de înșelătorii sunt mult mai deștepte și mai insidioase decât acel e-mail nigerian aleatoriu și evident fals care vine de la cineva necunoscut. De astă dată este vorba despre un e-mail care pare să vină de la cineva cunoscut în care ai încredere și care caută să aibă acces la informațiile tale personale sau ale companiei. Adesea, e-mailul cere să descarci ceva. Aproape de fiecare dată e-mailul arată cum trebuie. Dar, dacă urmezi instrucțiunile, nu faci, practic, decât să descarci în calculator ceva care îi va da impostorului acces la calculatorul tău sau la informațiile tale personale. Descărcând chiar urmează să te infectezi cu un virus care-ți ia în stăpânire computerul? Majoritatea companiilor care se respectă au reguli de siguranță cu care îți recomand să te familiarizezi. Dar dacă ești la serviciu și primești e-mailul următor:

De la: Departament_IT@Companie.com
Către: Undisclosed

Datorită unei breșe în programul de securitate al firmei, vă rugăm să instalați fișierul atașat acestui e-mail. E imperios necesar să faceți asta imediat.

În primul rând, nu am auzit de niciun departament IT care să trimită un fișier și să-ți ceară ție să-l instalezi. Cele mai multe departamente IT au soluții care fac actualizări automate ale programelor de securitate; sau cei de la IT vin ei și le instalează. Dacă primești un astfel de e-mail, *nu* deschide și *nu* descărca fișierul respectiv. Aproape toate companiile au o politică de securitate informatică. Urmează instrucțiunile respective ca să știi ce să faci cu acel e-mail. Se poate să fie nevoie să alertezi departamentul IT sau pe cel de securitate și să le retransmiți e-mailul. Oricum ar fi, nu instala acel fișier.

Uneori impostorii nu-ți vor cere propriu-zis să instalezi ceva sau să le dai informații personale, ci îți vor trimite un link către un site care să arate identic cu un site legitim. Dacă ești suficient de nesăbuit să dai click pe acel link, ți se va cere să introduci informațiile tale personale. Iată un exemplu:

De la: Security@Bank.com
Către: John Smith

Stimate Domnule Smith,

Din cauza hackerilor, am pierdut informațiile esențiale ale contului dvs. Vă rugăm să dați click pe link-ul de mai jos și să vă reintroduceți datele.

http://bank@banksecure.com

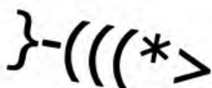
Când intri pe site, pare normal. *Pare* real, după cum și e-mailul pare că a venit de la o adresă de e-mail legitimă. Trebuie sau nu să-ți introduci datele? Răspunsul este nu. Nicio bancă nu-ți va cere niciodată să intri pe un site și să-ți dai datele personale. Nicio bancă și niciun serviciu nu-ți vor cere niciodată printr-un e-mail să le dai numele de utilizator, parola sau orice alte informații personale. Dacă primești acest tip de e-mail, șterge-l imediat și, dacă ai timp, informează

banca despre el. Nu da niciodată cuiva parolele sau alte informații despre contul tău. Niciodată!

Internetul și rețelele de socializare ne conectează și ne oferă acces imediat la informații despre oameni în feluri în care nu ne-am fi imaginat vreodată. De la asta nu există cale de întoarcere. Mulți dintre noi conversăm și urmărim în rețelele de socializare persoane pe care poate că nu le-am întâlnit niciodată personal. E esențial să te protejezi, verificându-i pe cei cu care interacționezi online, pentru a vedea dacă ești păcălit sau victima unui impostor. Ai grijă să citești abil printre rânduri și să folosești tehnicile învățate în această carte ca să apreciezi dacă o recenzie, un articol sau un e-mail în care ți se cer informații personale sunt reale sau nu. S-ar putea ca miza să nu fie doar reputația ta.

Capitolul 9
Detectarea înșelătoriei





Există o știință întreagă despre cum să-ți dai seama că ești mințit prin învățarea limbajului corporal. Se pune că 90% din comunicare este nonverbală, însemnând, desigur, comunicare prin limbajul corpului și prin expresiile faciale. Totuși, când vina vorba despre minciunile din mediul virtual, e clar că nu ai cum să-ți dai seama de limbajul corporal decât dacă folosești un program video IP ca Skype sau Facetime. Prin urmare, pentru a detecta minciunile din mediul virtual trebuie să ne bazăm pe restul de 10% din comunicare, cuvântul scris și vorbit. Felul în care vorbești sau scrii spune multe despre tine. Cuvintele pe care le alegi și modul în care le folosești le pot spune celorlalți dacă ești tipicar sau teatral; adesea, ele pot spune dacă gândești ceea ce spui sau dacă minți. În acest capitol vom vorbi despre cum să-ți dai seama că ești mințit prin utilizarea unei tehnici modificate folosite de autorități, anume *analiza afirmațiilor*. În plus, vom inversa procesul și îți voi arăta cum și ce anume să scrii pentru a obține ceea ce dorești într-un mediu profesional.

Analiza modificată a afirmațiilor

Ofițerii de poliție sunt instruiți să facă analiza afirmațiilor. După cum scrie Mark McClish în cartea sa *10 Easy Ways to Spot a Liar**, „analiza afirmațiilor este un proces de anali-

* Zece modalități simple de a recunoaște un mincinos (engl.). (*N.t.*)

zare a cuvintelor cuiva pentru a vedea dacă acea persoană minte sau spune adevărul".[1] Fiecare dintre noi avem un tipar original și unic de a vorbi și de a scrie. Acesta ține de ton, inflexiuni și, cel mai important pentru scopul nostru, de alegerea și așezarea cuvintelor. Există multe cărți bune și ghiduri pe YouTube despre tehnicile ce pot fi folosite pentru a stabili elementele de bază ale limbajului corporal al unei persoane. Când facem asta, căutăm tipare ca să aflăm ce anume este normal pentru acea persoană, ca atunci când ceva se schimbă să știm să acordăm mai multă atenție la ce anume a declanșat schimbarea. Aceleași tehnici folosite la stabilirea elementelor de bază pot fi aplicate modului în care cineva vorbește sau scrie. Diferența, atunci când evaluezi comportamentul și construiești o relație cu cineva, este că, în loc să-i urmărești limbajul corporal, asculți modul în care vorbește sau citești cuvintele pe care le-a scris. Putem să ne facem o idee despre vocabularul său, despre așezarea cuvintelor și să ne dăm seama dacă dă sau nu multe amănunte (sau tinde să fie vag în descrierile și răspunsurile sale). După ce am stabilit elementele de bază ale tiparului unic sau ale semnăturii cuiva, putem apoi să evaluăm ce anume este normal pentru acea persoană. Când apar anomaliile, știm că e ceva care a făcut-o pe această persoană să se simtă inconfortabil, ceea ce poate indica minciuna. Mare parte din ceea ce vom discuta în acest capitol se bazează pe exemple din vorbire, dar aceleași tehnici de înșelătorie se aplică și cuvântului scris, așa cum vom vedea în aceste ultime două capitole.

Un detectiv cu care am păstrat legătura de pe vremea când lucram ca analist criminalist digital a plecat din sectorul public și a decis să-și încerce norocul și abilitățile în lumea comercială, devenind investigator în domeniul securității corporatiste. El mi-a povestit despre un caz întâlnit la o mare companie comercială. În decursul schimburilor de afaceri zilnice ale companiei, a devenit evident, din cauza unor nereguli contabile, că cineva din interior fura din companie. Sigur, compania dorea să afle rapid cine era vinovatul. Din păcate, erau mulți angajați care aveau acces la banii firmei. Această

firmă angaja sute de oameni, așa că ar fi durat o viață să fie luat fiecare dintre ei la întrebări. Fostul detectiv mi-a spus că trucul tipic folosit în această situație este să fie realizată o anchetă corporatistă. Angajații nu au fost interogați, ci li s-a înmânat un chestionar. În acest chestionar, fiecare persoană era întrebată cine crede că este vinovatul, alături de alte câteva întrebări tipice, care erau de așteptat. Totuși, singura întrebare care conta pentru echipa de securitate era ce fel de pedeapsă merită presupusul hoț când va fi prins.

Majoritatea oamenilor ar răspunde la această întrebare propunând pedepse aspre, cum ar fi închisoarea sau repercusiuni financiare. Însă toți cei care au răspuns îngăduitor sau folosindu-se de scuza motivului pentru care suspectul se poate să fi făcut ceea ce a făcut au fost considerați suspecți și chemați pentru a fi chestionați. În acest fel au putut să reducă lista suspecților și să-și dea seama cine era adevăratul vinovat, realizând doar un mic număr de interogatorii. Raționamentul a fost că acela care a comis infracțiunea nu considera că ar merita o pedeapsă aspră, iar asta a reieșit din răspunsul său la întrebarea respectivă. S-a dovedit că exact așa a fost, iar în acest caz au obținut în cele din urmă și o mărturisire.

Din experiența mea, oamenii *vor* să spună adevărul. Cei mai mulți nu se simt bine atunci când mint și de aceea vor da, de regulă, tot felul de indicii că nu sunt sinceri. Atunci când evaluezi limbajul corporal în căutare de indicii ale înșelătoriei, exact acest disconfort îl vizezi. Exact așa cum oamenii care nu se simt confortabil își vor încrucișa adesea brațele sau se vor așeza în spatele unui birou (pentru a pune distanță între ei și cauza acelui disconfort), oamenii vor face asta și în sens figurat, prin cuvinte, dacă nu se simt confortabil cu ceea ce spun *sau* dacă mint. Adevărul are el un mod de a se strecura nevăzut în cele din urmă. Același lucru este valabil și pentru cuvinte, și pentru limbajul corporal. Tot așa cum gesturile sunt adesea subconștiente, cuvintele pe care oamenii aleg să le folosească și topica acelor cuvinte sunt adesea subconștiente la rândul lor. În următoarele câteva

pagini vom trece în revistă tehnicile pe care le-ar putea folosi un mincinos în cuvintele sale și vom vorbi despre cum poți învăța să le recunoști pentru a deveni mai conștient de posibilele minciuni ale cuiva.

Cum să devenim un detector de minciuni uman

Tehnica de distanțare sau de neangajare

Tehnica de distanțare sau de neangajare se folosește, de obicei, când cineva se simte extrem de inconfortabil, față de ceea ce spune, cel mai probabil pentru că minte. Subconștient, această persoană pur și simplu nu „se poate pune pe sine însuși" în poveste, prin urmare va evita să utilizeze cuvinte de angajament sau foarte clare. Iată un exemplu:

Polițist: Ai luat acea mașină?
Suspect: *Eu eram cu Joe când a dispărut. Cineva a luat mașina.*

Observă distanța pe care suspectul o pune între el și furtul mașinii. E foarte probabil să fi fost într-adevăr cu Joe. El recunoaște că mașina a fost furată, dar nu spune dacă a furat-o el sau Joe. El se distanțează de situație, spunând că „cineva" a luat mașina în loc să spună cine. Când afirmă că „[el] era cu Joe" se pune și pe sine în afirmație, indicând că această parte a declarației este, probabil, adevărată. Dar observă că nu folosește „eu" sau „mine" în relație cu mașina. E clar că nu dorește să se pună pe sine în acea parte a poveștii. Majoritatea oamenilor nu doresc să mintă și doresc să se lase „pe dinafară". Spunând „cineva" în loc de a da nume, nu minte întru totul, din punctul său de vedere. Cineva a luat într-adevăr mașina și probabil că știe și cine — doar că nu are de gând să spună. Oricum ar fi, îl minte pe polițist distanțându-se de situație.

Dacă nu ar fi luat mașina, declarația sa ar fi putut să fie mai mult sau mai puțin cam așa:

Polițist: Ai luat acea mașină?
Suspect: *Am văzut că a dispărut, dar nu am luat-o eu.*

În cea de-a doua declarație, suspectul afirmă clar că, deși era prezent când a fost comisă infracțiunea, nu este el cel care a comis-o. Nu există niciun fel de distanțare între el și acțiune, iar el se pune clar în declarația sa despre mașină, folosind cuvântul „eu".

Un alt exemplu al acestei tehnici este atunci când persoana respectivă folosește cuvinte de neangajare:

Persoana 1: Vrei să mai ieșim și în weekendul acesta?
Persoana 2: *Ar trebui să o mai facem din când în când, da.*

Persoana 2 nu s-a angajat în niciun fel în răspunsul dat la întrebare. Nu a spus nici da, nici nu, ci că „ar trebui" să facem asta „din când în când". Cel mai probabil asta arată că nu dorește să iasă din nou în acel weekend, dar că ar vrea să aibă totuși acces la Persoana 1, ca opțiune. Indiferent de intenție, acestea sunt niște cuvinte ce denotă foarte mult neangajarea.

Tehnica depersonalizării

Un detectiv cu care am lucrat și care avea 30 de ani de experiență mi-a spus odată: „Oamenii vor să creadă despre ei înșiși că sunt buni, de încredere și vor și ca alții să-i vadă așa". Dacă cineva știe că a făcut ceva greșit și nu dorește să se știe despre asta sau, și mai important, nu dorește să recunoască nici măcar față de el însuși, există o tendință de a depersonaliza situația respectivă. El nu dorește să se confrunte cu adevărul cum că, până la urmă, nu este un om

chiar atât de bun și de încredere. Folosirea unor cuvinte pentru a se distanța de o acțiune sau de o persoană este o măsură defensivă și protectoare foarte asemănătoare cu încrucișarea brațelor la piept. Depersonalizarea unei situații seamănă cu tehnica distanțării prin faptul că este o modalitate de a minimaliza implicarea sau rolul persoanei ca actor într-un eveniment. Pentru criminalii violenți, depersonalizarea este adesea o modalitate de a spune că victima nu era o persoană reală.

„Am să repet: nu am întreținut relații sexuale cu femeia aceea, domnișoara Lewinsky". Este un citat celebru al fostului președinte Clinton atunci când a fost întrebat dacă a făcut sex cu Monica Lewinsky. Referindu-se la ea ca la „femeia aceea", iar apoi adăugând formal numele ei de familie, aproape ca și cum s-ar fi răzgândit, nu a făcut decât să o depersonalizeze și să se distanțeze de persoana reală, precum și de activitatea respectivă.

„A nu răspunde niciodată la întrebare" — adică tehnica distragerii atenției

Un alt indicator al minciunii este atunci când cineva se învârtește în jurul unei probleme, dar nu răspunde practic niciodată direct la întrebare. Uneori mincinosul va încerca și să distragă atenția celui care-i pune întrebările, în încercarea de a schimba subiectul cu totul. Nu uita că niciuna dintre aceste tehnici de înșelătorie nu este făcută conștient. De regulă, oamenii nu știu că folosesc aceste tehnici și astfel dau la iveală niște indicii foarte relevante că mint. Asta este o modalitate de a se proteja — și probabil și pe tine — de adevăr. În unele situații această tehnică nu este neapărat utilizată din răutate, ci pentru că interlocutorul nu dorește să-ți rănească sentimentele. Oricum ar fi, atunci când întrebuințează această tehnică, persoana respectivă se simte de fiecare dată inconfortabil sau chiar se enervează din cauza întrebării sau a situației:

Kay: Rochia asta mă face să arăt grasă?
Bob: *Arăți mult mai bine în cea albastră și chiar e mai potrivită cu ocazia.*

Observă că Bob nu răspunde, de fapt, la întrebare. Întrebarea îl face să se simtă inconfortabil și probabil că nu dorește să rănească sentimentele lui Kay. Așa că, în loc să spună adevărul, Bob îi distrage atenția lui Kay printr-o sugestie. Mai observă și că Bob nu se pune pe sine în răspuns. El nu spune: „Cred că îți stă mai bine în cea albastră" sau „Cred că asta s-ar potrivi mai bine ocaziei", ceea ce înseamnă că și el folosește tehnica distragerii atenției. Din acest răspuns poți sesiza multe. Nu-mi place să o spun, dar, dacă pui această întrebare și primești acest răspuns, vestea proastă e că celălalt probabil crede că acea rochie te face să arăți grasă. Vestea bună totuși e că ai cu adevărat un prieten bun care ține la tine suficient de mult încât să nu vrea să arăți rău, după cum nu vrea nici să-ți rănească sentimentele — o linie foarte fină pe care merge!

Un exemplu mai răutăcios de distragere a atenției sau de tehnică de „a nu răspunde la întrebare" este ilustrat de următoarele două situații:

Angajat: Mă puteți ajuta să obțin această promovare dându-mi o recomandare bună?
Șefă: *Asta mi se pare o mare oportunitate pentru tine. Chiar vei face treabă bună în funcția respectivă.*

Dacă nu ești foarte atent la cuvinte, ai putea crede că acest răspuns este pozitiv și ai putea presupune că șefa a vorbit serios și că, da, te va susține să obții promovarea și îți va scrie o bună scrisoare de recomandare. Dar, examinând mai bine răspunsul ei, nu e deloc așa. Șefa s-a distanțat de situație pentru că nu s-a pus pe sine în răspuns — din nou, observă aici lipsa de „eu" sau „mine". Ea discută *în jurul* problemei reale pentru a distrage atenția angajatului de la adevăratele ei sentimente. În concluzie: nu răspunde la întrebare. Acesta

e un indiciu foarte bun că această șefă fie are nevoie de puțin timp să se mai gândească, fie nu dorește ca angajatul respectiv să fie promovat în funcție. Indiferent de motiv, s-ar putea foarte bine să nu-i susțină promovarea.

Al doilea exemplu răutăcios pentru tehnica distragerii atenției este următorul:

Soție: Am observat că de multe ori spui că muncești până târziu, dar când sun la birou mi se spune că nu ești acolo, ci că ești cu Glenda. Mă înșeli cu Glenda?
Soț: *La naiba, muncesc atât de mult ca să avem ce pune pe masă, iar tu nici măcar nu apreciezi!*

Observă că soțul se pune pe sine în răspuns, însă nu numai că nu răspunde la întrebare, dar face să pară că soția are o problemă. Asta este „distragerea atenției prin aruncarea vinei pe celălalt". Observă cum el aduce în discuție o cu totul altă problemă, cu intenția de a o face pe soție să se simtă vinovată, astfel încât să uite care era întrebarea. Acesta e un tip care se simte îndreptățit și vinovat în același timp și care consideră că nevoile lui sunt cu mult mai importante decât cele ale soției sale. În această relație nu există respect reciproc, cel puțin nu deocamdată.

Tehnica de „a da prea multe sau prea puține detalii"

Ai cunoscut vreodată pe cineva care vorbește dând foarte multe detalii despre orice? Această persoană își poate aminti lucruri concrete dintr-o situație. Probabil că îi place să folosească foarte multe cuvinte. Dacă acest gen de persoană devine dintr-odată vagă în descrierile sale sau tace brusc ori începe să devină parcimonioasă cu cuvintele sale, să știi că e ceva care o face să se simtă inconfortabil. Acesta poate să fie un indiciu al minciunii. Când mint, oamenii folosesc o altă parte a creierului, pentru a crea acea minciună, decât folosesc

atunci când reproduc din memorie o întâmplare care s-a petrecut cu adevărat. Un prieten de-al meu, agent federal, mi-a povestit o întâmplare în care cineva suspectat de spălare de bani folosea un limbaj foarte descriptiv și putea să-și amintească absolut corect amănunte de genul: numărul dulapului lui din liceu. Vorbea mult, dar când i-a fost pusă o întrebare care l-a făcut să se simtă inconfortabil (despre unde era în ziua în care a avut loc infracțiunea), a devenit brusc vag în răspunsul său și nu a putut să-și amintească întâmplări care avuseseră loc cu o săptămână în urmă. S-a dovedit că mințea, iar în cele din urmă a mărturisit.

Invers, dacă o persoană despre care știi că este taciturnă sau reticentă începe brusc să folosească tone de adverbe, probabil se simte inconfortabil și încearcă să câștige timp pentru a veni cu un răspuns. Dacă oamenii nu-ți spun adevărul, iar miza este mare, devin agitați. Alții îngheață practic. Când cineva care vorbește mult sau care vorbește normal începe brusc să facă pauze lungi sau e nevoie să-i scoți cuvintele cu cleștele ori folosește cuvinte sau descrieri vagi, repet: vrea să câștige timp în încercarea de a găsi cuvintele potrivite sau o minciună despre care crede că-l va satisface pe interlocutor.

Pe de altă parte, unii oameni care încearcă să fabrice un neadevăr încep să vorbească mult și să spună povești aproape ridicol de detaliate. Majoritatea oamenilor nu povestesc foarte multe amănunte din viața lor sau din ceea ce li se întâmplă. Se pun pe sine în poveștile lor, dar oferă doar atâtea detalii cât să arate că aceste povești sunt reale, și nu ficțiune. Uneori o poveste va fi parțial adevărată, iar, dacă o asculți sau o descifrezi cu atenție, vei observa o diferență în tiparul discursului care-ți va permite să-ți dai seama unde se termină adevărul și unde începe minciuna. Uită-te la următoarele două exemple și încearcă să discerni cine minte:

Exemplul 1

Polițist: Ai văzut când a fost furată mașina?

Respondent: *Nu, eram acasă și mă uitam la televizor și am auzit agitație afară. Până să ajung la fereastră, mașina dispăruse.*

Exemplul 2

Polițist: Ai văzut când a fost furată mașina?

Respondent: *Păi să vedem. Asta s-a întâmplat joi, așa că trebuie că mă uitam la emisiunea mea preferată,* Project Runaway*. *Chiar îmi place foarte mult. E atât de bună. V-ați uitat vreodată? Da, îmi place maxim. Cred că era emisiunea în care făceau rochii din materiale neconvenționale cum ar fi bomboanele sau chestii dintr-un magazin de piese așa că, da, nu prea știu mare lucru despre mașină, fiindcă eram ocupat să mă uit la televizor.*

Dacă alegi al doilea exemplu ca fiind o minciună, ai dreptate. Sunt atâtea în neregulă în declarația celui de-al doilea respondent! În primul exemplu respondentul oferă suficiente detalii pentru a arăta că era acasă uitându-se la televizor și că a auzit ceva, dar nu a fost martorul acelei întâmplări. În al doilea exemplu, respondentul încearcă să distragă atenția polițistului și să câștige timp pentru a-și țese povestea. „Păi să vedem" este o sintagmă de umplutură folosită adesea pentru a câștiga timp când respondentul se gândește ce să spună. De asemenea, amănuntele din cel de-al doilea exemplu sunt mult prea multe pentru a fi complet adevărate. Observă și folosirea tehnicii de distanțare sau de neangajare prin folosirea cuvântului „trebuie" în sintagma „trebuie că mă uitam". Dacă persoana respectivă s-ar fi uitat la emisiune, nu ar fi folosit „trebuie că mă uitam" sau „cred că era emisiunea în care".

---

* Emisiune moderată de modelul Heidi Klum, în care diverși concurenți apar în fața unui juriu în încercarea de a intra în lumea designului vestimentar. (*N.t.*)

Dacă era sincer, în loc să utilizeze cuvinte de distanțare sau neconcluzive, ar fi fost mult mai ferm. Ar fi spus pur și simplu că se uita la emisiune. Folosirea sintagmei „trebuie că mă uitam“ indică faptul că respondentul nu își asumă acea parte a poveștii și deci că nu este întru totul sincer. Continuă să-i dea înainte despre emisiune, iar apoi afirmă că era prea ocupat să se uite la televizor ca să mai observe altceva. Oferind astfel de detalii irelevante despre emisiune, încearcă să-l facă pe polițist să creadă că, în niciun caz, nu și-ar fi putut aminti atât de multe dacă nu s-ar fi uitat cu adevărat la emisiune.

Tehnica de „a răspunde la o întrebare cu o altă întrebare“

O altă tehnică de înșelătorie presupune să tragi de timp prin a răspunde la o întrebare cu o altă întrebare. După ce stabilești comportamentul de bază al cuiva, vei vedea că uneori este vorba doar despre un obicei prost. Dacă și tu folosești cu măsură această tehnică, se poate să fie un instrument util care să te ajute să-ți aduni gândurile. Indiferent dacă cineva minte sau nu sau doar încearcă să-și adune gândurile, asta e o modalitate pentru respondent de a câștiga timp pentru a se gândi la cel mai bun răspuns. Când evaluezi pe cineva care folosește această tehnică, trebuie să ții seama și de context. Dacă îi pui o întrebare complicată și primești un răspuns sub formă de întrebare, se poate ca respondentul să încerce doar să găsească un răspuns. Dacă vei continua să primești răspunsuri sub formă de întrebări, e foarte probabil ca acea persoană să încerce să-ți distragă atenția și — surpriză, surpriză! — să te mintă. În primul exemplu de mai jos, respondentului îi este pusă o întrebare grea, iar el are nevoie de timp să se gândească la un răspuns. În acest caz nu e vorba despre minciună sau despre intenții rele:

Întrebare: Ce este formula cuadratică?

Răspuns: *Ce este formula cuadratică?* [Respondentul face un gest gânditor, iar apoi încearcă să răspundă.]

În următorul răspuns, respondentul încearcă să câștige timp pentru a veni cu un răspuns. Repet, aici e important contextul:

Întrebare: Ușa biroului nu a fost încuiată peste noapte. Ați fost ultima persoană care a plecat?
Răspuns: *Uf, dacă am fost eu ultima persoană care a plecat aseară?*

Dacă respondentul chiar știa că încuiase ușa sau dacă nu fusese ultima persoană care a plecat sau dacă poate chiar nu știa dacă ea a fost sau nu ultima persoană care a plecat, ar fi răspuns ceva de genul:

Da, am plecat ultima, dar știu că am încuiat ușa.
Nu am fost eu ultima care a plecat. Chuck a lucrat până târziu.
Nu știu dacă eu am fost ultima care a plecat. Nu putem să ne interesăm?

Tehnica de schimbare a timpurilor verbale

O altă tehnică de a minți presupune schimbarea nepotrivită a timpurilor verbale. Nu uita că unii oameni nu cunosc gramatica și sintaxa limbii, așa că vor schimba frecvent timpurile verbale. Însă, repet, dacă ai evaluat pe cineva drept un vorbitor articulat, iar acesta începe brusc să folosească ciudat timpurile verbale, s-ar putea să nu-ți spună adevărul. Trăim în prezent, spunem povești din trecut și vorbim despre ce se va întâmpla în viitor. Atunci când cineva spune o poveste despre ceva ce s-a întâmplat și tot schimbă timpurile verbale, folosind trecutul, prezentul și uneori viitorul, probabil că

încearcă să pună cap la cap o poveste care nu este întru totul adevărată. Iată un exemplu:

Întrebare: I-ai zis lui Justin că nu mi-a plăcut proiectul lui?
Răspuns: *Am băut o cafea cu Justin săptămâna trecută. Și m-a întrebat ce-**ai zis** tu despre prezentarea lui. I-am zis că **ți-a plăcut**.*

În acest exemplu respondenta își menține povestirea la timpul corect, deci spune adevărul. În exemplul următor observă cum respondenta schimbă timpurile verbale.

Întrebare: I-ai zis lui Justin că nu mi-a plăcut prezentarea lui?
Răspuns: *Am băut o cafea cu Justin săptămâna trecută. Și m-a întrebat ce-ai zis tu despre prezentarea lui. **Eu îi spun că-mi place,** cu adevărat.*

Observă cum respondenta spune o poveste din trecut și păstrează partea despre cum a băut o cafea cu Justin săptămâna trecută, iar el a întrebat-o ceva. („Și m-a întrebat.") Dar apoi respondenta sare brusc la a spune povestea (care s-a întâmplat deja) folosind descriptori din prezent („Eu îi spun" și „îmi place"). Probabil că respondenta a ieșit, într-adevăr, cu Justin la o cafea săptămâna trecută și că acesta a întrebat-o ce părere a avut despre prezentare, dar probabil că nu e adevărat că respondenta i-a spus lui Justin că i-a plăcut prezentarea lui. Timpul verbal nepotrivit îi contrazice povestea.

Reține că, atunci când cineva inventează o poveste, mintea sa încearcă să construiască din zbor părți ale poveștii respective. În acest caz, respondenta știe că nu spune adevărul. Formulând lucrurile la prezent, ea încearcă să recreeze povestea pe măsură ce o vede desfășurându-se cu ochiul minții, în prezent. Întrucât evenimentele așa cum se petrec au loc în ordine liniară, e clar că respondenta inventează în prezent

o poveste, spunându-și propria versiune despre o poveste anterioară. Iar asta poate fi derutant, de unde și inevitabila utilizare nepotrivită a timpului prezent.

Tehnica de înlocuire a cuvintelor

O altă tehnică de a minți presupune schimbarea unui cuvânt important sau a unui cuvânt-cheie. De regulă, oamenii folosesc un vocabular de cuvinte, un lexicon, care este tipic pentru ei. De exemplu, dacă cineva vorbește despre o armă, o va descrie, de regulă, *ca fiind* o armă. Oamenii se simt bine cu vocabularul lor și cu acele cuvinte pe care le folosesc de obicei pentru oameni, locuri și lucruri. Când cineva începe brusc să-și înlocuiască limbajul uzual cu alte cuvinte care nu par potrivite, asta poate fi un indiciu că persoana respectivă nu se simte confortabil cu ceea ce spune. Un exemplu:

Polițist: Vă simțiți confortabil în prezența armelor? Dețineți o armă?
Suspect: *Nu dețin o armă. Și nu mă simt deloc confortabil în prezența armelor.*

Evident, acesta este un exemplu exagerat, dar observă cum suspectul continuă să se refere la o armă *ca* la o armă.

Ofițer: Ați văzut o armă?
Suspect: *Nu am văzut nicio armă. Cu siguranță nu era nicio armă de foc prin apropiere.*

Observă cum suspectul căruia i-a fost evaluat comportamentul de bază ca folosind cuvântul „armă" își schimbă brusc terminologia și se referă la armă ca armă de foc. Acesta e un indiciu că suspectul nu spune adevărul — fie despre faptul că a fost implicată o armă în acea infracțiune, fie despre implicarea sa în infracțiune, fie despre ambele.

Tehnica folosirii de calificative

Un mincinos va folosi afirmații calificative pentru a le dovedi celorlalți că spune adevărul. De regulă, dacă auzi o afirmație calificativă, vei vedea că e adevărat exact opusul. Din păcate, am observat că e ceva comun, în prezent, ca oamenii să folosească afirmații calificative chiar și atunci când spun adevărul. Prin folosirea lor, poveștile iau o întorsătură mai spectaculoasă, devenind mai bune, mai interesante. De fapt, chiar și eu folosesc tot timpul calificative din același motiv. Așa că asigură-te că ai evaluat comportamentul de bază al unei persoane înainte să presupui că minte atunci când o auzi folosind calificative.

Iată câteva exemple de declarații calificative:

- „Nu intra în panică."
- „Nu ai de ce să-ți faci griji, dar..."
- „Ca să fiu foarte sincer cu tine..."
- „Sunt foarte sincer cu tine."

Aceste fraze pot să arate că cineva încearcă puțin cam prea tare să convingă. De exemplu, dacă cineva spune „Uite, n-am vrut să-ți spun asta, dar..." poți să fii foarte sigur că acea persoană voia foarte mult să îți spună ceea ce are să-ți spună. Toți detectivii pe care i-am întrebat despre calificative au afirmat că, din experiența lor, când un suspect folosește calificative, aproape de fiecare dată înseamnă că nu spune adevărul.

Afirmațiile prea generale

Este un comportament asemănător, dar ușor diferit de tehnica de neangajare. Poți să sesizezi această tehnică atunci când cineva este (în mod necaracteristic) prea general. E foarte important să înțelegi această tehnică, pentru că ne vom referi la ea frecvent în următoarele câteva capitole. În

exemplul următor, un cineva și-a mințit prietena, susținând că a fost bolnavă, ca să scape de participarea la o petrecere aniversară. Nu aș spune că asta e o minciună din răutate, dar este, cu toate acestea, o minciună. În ultimul capitol, în care sunt prezentate exemple reale ale acestei tehnici, vom vedea că poate să fie, practic, foarte periculoasă.

Prietena care a dat petrecerea: Îmi pare atât de rău că ai fost bolnavă. Ce-ai pățit?
Prietena mincinoasă: *Ei, doar o răceală. N-a fost mare lucru. Cum a fost petrecerea?*

Observă cum prietena mincinoasă este foarte generală în descrierea ei. Mai observă și utilizarea imediată a tehnicii de distragere a atenției, întrebând cum a fost petrecerea. Dacă ea este genul de prietenă care, de regulă, dă multe amănunte despre orice și îți dă acest răspuns, cel mai probabil te minte. Totuși, dacă prietena respectivă e genul de persoană căreia nu-i place să vorbească despre sine și tinde să țină pentru ea aspectele personale, atunci așa este ea. De aceea e atât de importantă evaluarea comportamentului de bază, mai ales în cazul acestei tehnici de a minți.

Tabelul de mai jos este un scurt rezumat al acestor tehnici. Pune un semn la această pagină, căci ne vom folosi de ea în ultimul capitol.

Tabel-rezumat pentru detectarea minciunii

Tehnica de distanțare sau de neangajare	Distanțarea de poveste, nepunându-se pe sine în povestea respectivă. Folosirea de cuvinte neconcludente.
Tehnica depersonalizării	A nu folosi numele subiectului sau a se referi la el folosind cuvinte foarte generale.

Tehnica de a nu răspunde la întrebare sau tehnica distragerii atenției	A vorbi în jurul subiectului, dar a nu răspunde, de fapt, la întrebare.
Tehnica de a da prea multe sau prea puține detalii	Folosirea de mult prea multe cuvinte (poate pentru a câștiga timp în vederea alcătuirii unui răspuns). Foarte vag, folosind cât mai puține cuvinte.
Tehnica de a răspunde la o întrebare cu o altă întrebare	A câștiga timp răspunzând la o întrebare printr-o altă întrebare.
Tehnica de schimbare a timpurilor verbale	Schimbarea timpurilor verbale, nepotrivită în context.
Tehnica de înlocuire a cuvintelor	Folosirea de cuvinte într-un fel care nu-i stă în fire persoanei respective.
Tehnica folosirii de calificative	Folosirea de afirmații precum „ca să fiu sincer“.
Tehnica de a fi prea general	A nu da detalii concrete.

}-(((*>

Capitolul 10
Depistarea impostorilor virtuali

><(((o>

În Capitolul 9 am vorbit despre tehnicile de analiză a declarațiilor utilizate frecvent pentru a detecta înșelătoria în scris și în discurs. Prin evaluarea elementelor de bază din tiparul de discurs al cuiva și din cuvintele scrise putem să ne dăm seama dacă minte sau nu. La fel ca în lumea fizică, e important să-ți protejezi identitatea virtuală reușind să detectezi minciunile din profilurile online ca să-ți poți adapta reacțiile de răspuns și să te protejezi, pe tine și pe copiii tăi. Acum o să ne ocupăm de tehnicile din Capitolul 9, le vom îmbunătăți și le vom aplica la detectarea minciunilor în rețelele de socializare.

Mai devreme am afirmat că multe companii comerciale folosesc programe de analiză a datelor care pot stabili dacă o persoană este cine susține că este. La un nivel elementar, programul respectiv numără de câte ori apar anumite cuvinte și în ce context, memorând topica uzuală, gramatica, ortografia și așa mai departe, în scopul alcătuirii unei baze de date ce cuprinde, de fapt, o puternică posibilitate de evaluare a elementelor de bază și a tiparelor normale pentru o anumită identitate. Pentru scopurile noastre, putem face asta fără să avem nevoie de programe costisitoare.

Așa cum am aflat din capitolele anterioare, căutăm anomalii în tiparul de bază pentru a detecta potențialele minciuni. Dacă pui o întrebare prin e-mail sau în rețelele de socializare și nu primești niciun răspuns sau dacă

respondentul se folosește de una dintre tehnicile învățate mai sus (cum ar fi distragerea atenției, discuția în jurul întrebării sau ignorarea evidentă și schimbarea subiectului), e clar că acea persoană nu dorește să răspundă la întrebare.

Puterea relației online

Relațiile construite prin chat sau prin rețelele de socializare sunt la fel de puternice și reale ca și relațiile construite în „lumea reală". Odată cu inventarea matrimonialelor online și a rețelelor de socializare, se pot forma relații foarte puternice în care ambii parteneri se simt foarte îndrăgostiți unul de celălalt, chiar dacă poate nu s-au întâlnit niciodată față în față. Uneori, cei care se întâlnesc pe această cale și ajung să se cunoască prin aceste medii susțin că au reușit să devină mai apropiați decât ar fi făcut-o dacă se cunoșteau personal. Știu că unora dintre noi s-ar putea să li se pară neobișnuit să ajungi să cunoști pe cineva prin aceste medii, dar copiii tăi probabil că înțeleg perfect. Ei sunt legați cu toții prin rețelele de socializare! Pentru ei e normal să aibă prietenii sau alte relații personale care ajung să devină mai strânse în spațiul virtual. Să se conecteze pe rețelele de socializare e la fel de important pentru generația lor așa cum a fost folosirea telefonului pentru alte generații — dacă nu chiar mai important, căci au o legătură constantă și la cerere cu toți prietenii în orice clipă. Eu l-am cunoscut pe soțul meu în 2002 în New York City. El locuia în New York, iar eu în California și călătoream la New York în scopuri profesionale. Mi-a plăcut mult de el și mi-am dorit să-l cunosc mai bine, dar ne stăteau în cale cam cinci mii de kilometri. Totuși, am început o relație online cu ajutorul mesageriei instant. Legătura noastră era foarte reală și am simțit că am ajuns să ne cunoaștem mult mai bine pentru că am folosit acest mediu de comunicare. Am creat legături cu mulți experți din domeniul meu și am ajuns să-i cunosc destul de bine, chiar dacă nu ne-am cunoscut personal niciodată. Suntem norocoși că avem această

capacitate să ne conectăm și să ajungem la persoane pe care n-am fi reușit să le contactăm vreodată înainte de inventarea rețelelor de socializare. Însă această conectivitate și faptul că este convenabilă au prețul lor și anumite limite.

Cum să-i evaluezi pe oameni online: depistarea impostorilor virtuali

Societatea și cultura populară au stabilit că site-urile matrimoniale online și rețelele de socializare, ce funcționează pe internet, sunt modalități foarte reale de a cunoaște pe cineva și de a pune bazele unor relații profesionale sau personale, dar e nevoie să-ți iei anumite măsuri de precauție. Știrile sunt pline de povești cu persoane care au cunoscut pe cineva online și au ajuns victime ale unor fraude sau au fost înșelate în alte feluri. MTV are o emisiune numită *Catfish*[1] în care doi tipi stau de vorbă cu persoane implicate în relații virtuale și care nu s-au întâlnit fizic și caută modalități de a le face cunoștință. În aproape fiecare emisiune iese la iveală că una dintre persoanele din relație nu este cine pretindea sau că a mințit cu privire la ceva important. Creatorul emisiunii, Nev Schulman, a venit cu termenul de „catfish"* după ce a stat de vorbă cu Vince Pierce, soțul tipei cu care stătea el cel mai mult de vorbă pe internet și care s-a nimerit să fie pescar. Vince i-a spus:

Înainte, codul din Alaska era transportat cu pescadoarele până în China. Îl țineau în niște cuve pe vas. Până când ajungeau cu el în China, carnea era fleșcăită și fără niciun gust. Așa că tipul ăsta a venit cu ideea de a pune alături de cod în aceste cuve imense niște somni, iar somnii vor ține codul agil. Și în viață sunt indivizi care sunt ca niște somni. Și care te fac să mergi în vârful picioarelor. Te fac să nu

* Somn, ca denumire a unui pește, dar și impostor ca termen de argou în lumea virtuală. (*N.t.*)

știi niciodată nimic sigur, să te gândești tot timpul la ceva, te țin în priză. Și slavă Domnului, căci fără ei am fi ciudați, plicticoși și neinteresanți dacă nu ar fi cineva care să ne tragă de mânecă[2].

Cum te-ai putea proteja, pe tine și copiii tăi, de a fi mințit sau înșelat în acest fel? Cum poți învăța să-ți adaptezi reacțiile de răspuns? Cum poți să te asiguri că persoanele cu care comunici, tu sau copilul tău, chiar sunt cine susțin că sunt? În ziua de azi, odată cu apariția tehnologiilor video precum Skype, e din ce în ce mai greu pentru cei care mint să pretindă că sunt altcineva, dar este totuși foarte posibil să fii înșelat. De aceea trebuie să știi cum să pui cap la cap piesele din acest puzzle digital, pe care le lasă în urmă o identitate virtuală, să te uiți la întregul tablou și să îți dai seama cine este cu adevărat acea persoană. Până la finalul acestui capitol vei avea o listă cu lucruri pe care să le cauți și care îți vor arăta dacă cineva este cine susține că este. Folosindu-te de această listă, vei avea instrumentele de care ai nevoie pentru a prinde impostorii virtuali!

Semnale alarmante

Primul semnal: Nu vrea să vă vedeți pe Skype

Dacă persoana pe care ai cunoscut-o online nu vrea să luați legătura prin telefon sau printr-un program video ca Skype, probabil că ascunde ceva. E primul tău indiciu că s-ar putea să fie ceva în neregulă. Se poate să susțină că nu-i merge camera video sau că nu-și poate permite o cameră video, dar hai să fim serioși: începând din 2008, majoritatea smartphone-urilor, tabletelor și laptopurilor au camere video încorporate. Nu-mi pasă ce îți spune — nu există niciun motiv legitim pentru care să nu vorbească pe Skype cu tine.

Al doilea semnal: Piesele din puzzle-ul digital și diferența dintre generații

La momentul scrierii acestei cărți, aproape oricine în America are o „prezență“ pe internet. Așa cum am mai spus, oamenii lasă urme ale acestui puzzle digital cu fiecare conținut postat. Nu trebuie să uităm că numărul mediu de astfel de piese de puzzle sau de urme disparate pe care le vei găsi despre o persoană pe care încerci să o evaluezi depinde de generație. Sigur, asta nu e valabil pentru fiecare caz în parte, dar, de regulă, cei născuți în anii 1940–1960 nu vor avea atât de multe urme precum cei care fac parte din generația 1980–2000. La fel, aceștia din urmă nu vor avea tot atâtea urme de detectat precum cei care s-au născut având internet, așa-numita generație Z. Conform articolului „Names of Generations“ (Denumirea generațiilor), semnat de Matt Rosenberg pe About.com, împărțirea pe generații este următoarea:

- 2000/2001 — prezent — Noua „Generație tăcută“ sau „Generația Z“
- 1980–2000 — „Generația dintre milenii“ sau „Generația Y“
- 1965–1979 — „Generația X“
- 1946–1964 — Generația „Baby Boom“

Oamenii născuți în anii 2000 și după (Generația Z) vor avea, de regulă, urme pe internet până la naștere, pentru că părinții lor au început să le creeze identitatea digitală postând pe site-urile de socializare informații despre nașterea lor, fotografii și alte informații despre ei. Practic, mulți din Generația Z vor avea o prezență digitală *înainte* de a se naște. Mamele postează, de regulă, statusul „Sunt însărcinată“ în rețelele de socializare și continuă să actualizeze informațiile pe măsură ce sarcina înaintează, lăsând în urmă multe piese din puzzle-ul digital, precum sexul copilului („E băiat!“). În

Statele Unite e foarte greu să găsești pe cineva din Generația Z ai cărui părinți să nu-i fi creat o prezență online. Dacă tu (sau copiii tăi) stai de vorbă sau ai o relație virtuală cu cineva care pretinde că face parte din Generația Z, nu ai decât să urmezi urmele digitale lăsate. Dacă face într-adevăr parte din această generație, vei reuși să găsești cantități uriașe de date despre el sau ea, cum ar fi postările părinților sau alte conținuturi, de pildă o poză de când era mic. Dacă nu găsești pe internet o cantitate normală de piese din acest puzzle digital de la sau despre cineva din Generația Z, probabil că ai prins un impostor. Reține că cei din Generația Z postează mult, dar au și multe conținuturi postate despre ei de părinți și alte persoane.

În 2006, Lori Drew a creat o pagină falsă de MySpace ca să-și agreseze și să-și umilească vecina, pe Meagan Meier[3]. Ea a creat un profil susținând că este un băiat de 16 ani pe nume Josh Evans. Ea i-a dat mesaje lui Meagan pretinzând că este acest băiat. În cele din urmă, au început o relație care era foarte reală pentru Meagan până când, într-o zi, Josh Evans i-a spus că nu mai vrea să fie prieten cu ea. Povestea a luat o turnură tragică atunci când Meagan s-a sinucis.

Dacă Josh Evans ar fi fost o persoană reală, iar dacă toate astea s-ar fi petrecut în 2014, și nu în 2006, ar fi existat multe piese din puzzle-ul digital de detectat și care să indice că Josh Evans nu era o persoană reală. Pentru a înțelege ce nu este normal trebuie mai întâi să stabilim un tipar a ceea ce *este* normal. Așa că hai să vedem în ce ar consta urmele digitale dacă Josh ar fi într-adevăr un băiat de 16 ani, născut în Generația Z. Majoritatea celor din Generația Z sunt prieteni cu părinții lor pe Facebook și invers. Dacă cel din Generația Z pe care încerci să-l evaluezi nu este, s-ar putea ca asta să fie un semnal de alarmă. De asemenea, e posibil ca părinții să aibă în rețelele de socializare niște piese cronologice de puzzle-ul „temporal“, adică un istoric al postărilor care să urmeze logica liniară a creșterii lui, de tipul „Josh s-a născut“, „Josh merge pe 1 an“, „Josh merge la grădiniță“ etc. Cineva normal și real din Generația Z, ca Josh, ar avea mulți prieteni

pe Facebook. Probabil că Josh ar avea și un cont pe Twitter pe care să-l actualizeze frecvent. Josh ar vorbi mult despre școală și probabil că ar fi ușor să-l găsești pe site-ul școlii. Ar avea prieteni de la școală și i-ar cunoaște pe profesori, precum și activitățile școlare zilnice și probabil că ar posta despre ele. Poate că Josh ar urmări și ar posta pe blogurile de care este interesat. Ar posta frecvent, în timp real, fotografii cu el alături de prieteni sau fotografii din care să reiasă cronologic activitățile sale. Ar avea un tipar de comportament care este tipic majorității copiilor din această generație.

Acum hai să vedem ce ar fi o anomalie. Dacă unei persoane care susține că face parte din Generația Z nu-i poate fi detectată prezența nicăieri pe internet, o prezență care să urmeze un tipar temporal sau o cronologie normală, liniară, care are profil doar pe un singur site de socializare și care pare să nu aibă niciun prieten sau foarte puțini și care nu postează niciodată pe pagina sa, acesta este un bun indiciu că acea persoană s-ar putea să fie un impostor. Am spus că o persoană normală din Generația Z ar avea prieteni care postează despre activitățile sale și care fac comentarii cu privire la acele activități. Dacă o persoană postează o singură fotografie sau câteva și nu face referire la școală sau la activitățile cu prietenii, acesta este un indiciu bun că nu este reală. Dacă nu-ți trimite fotografii la cerere în timp real, aceasta e încă un semnal de alarmă. Lui Lori Drew i-ar fi fost aproape imposibil să aibă un cont fals pe Twitter, să aibă postări regulate, să creeze o falsă prezență online așa cum ar avea-o un copil normal de 16 ani. Să creezi în 2014 un Josh Evans fals care să fie credibil ar fi mult mai dificil decât era în 2006.

Dar dacă stai de vorbă cu cineva care pretinde că face parte dintr-o generație anterioară, iar să te împrietenești cu el ar însemna să-ți afecteze reputația profesională? În 2010, Thomas Ryan, cofondator și partener la Cyber Operation and Threat Intelligence for Provide Security, a hotărât să facă un experiment pe care să-l prezinte la conferința pe teme de securitate DEF CON/Blackhat. El a creat online o identitate falsă pe nume Robin Sage și a încercat să o facă suficient de realistă pentru

a-i determina pe directorii și oficialii din Ministerul Apărării și din Securitate să creadă în ea, să se împrietenească cu ea și poate chiar să-i dezvăluie anumite informații:

> „Prin aderarea la rețele, prezența pe e-mail și prezentarea unor referințe false erau îndeplinite condițiile de cercetare a hotărârii oamenilor de a avea încredere în această identitate falsă și de a-i împărtăși informații", a spus el. Ryan a ales deliberat fotografia unei femei atrăgătoare pentru a demonstra că genul și înfățișarea joacă un rol în acordarea încrederii și în dorința celorlalți de a stabili o legătură cu cineva.
> La finalul celei de-a 28-a zi de experiment, Robin adunase sute de legături prin intermediul diverselor site-uri de socializare. Din lista ei de contacte făceau parte directori ai unor instituții guvernamentale ca Agenția Națională de Securitate, Ministerul Apărării și grupuri din Serviciul de Informații al Armatei. Alți prieteni făceau parte din Topul 500 mondial al Corporațiilor. În timpul experimentului, lui Robin i-au fost oferite cadouri, joburi guvernamentale și corporatiste și ocazia de a vorbi la mai multe conferințe pe teme de securitate, a afirmat Ryan[4].

Acest proces chiar a afectat carierele unora. Mulți oficiali guvernamentali de la nivel înalt au fost ridiculizați și le-a fost pusă la îndoială capacitatea de judecată. Se putea ca securitatea națională să fie în pericol.

Am stabilit deja că în cazul unui membru al Generației Baby Boom ar fi mai puține piese de puzzle digital decât în cazul unuia din Generația X sau din Generația Y. Vor exista totuși, pe undeva, niște rămășițe care să-ți permită să-l evaluezi. Din nou, trebuie să vezi ce este normal. Majoritatea oamenilor, indiferent de generație, au o prezență online. Poate că au cont pe Facebook. Poate că postează pe un blog. Poate că și-au listat realizările, cum ar fi premiile, rapoartele sau conferințele la care au vorbit. Cel mai probabil vor avea un

profil în rețelele profesionale de socializare. Dacă prezența cuiva din Generația X apare deodată online cu câțiva prieteni, câteva fotografii, fără fotografii în timp real și fără comentarii de-ale prietenilor pe site, poate că ai de-a face cu un impostor. Robin Sage avea cont pe LinkedIn, dar, dacă încercai să o cauți pe internet, nu ai fi reușit să găsești nicio piesă din puzzle-ul digital și nici conținuturi reale pe site-urile de socializare din care să rezulte prezența ei virtuală.

Referințe geografice și fotografii în timp real

De asemenea, e important să cauți discrepanțe în ceea ce-ți povestește. Sunt faptele prezentate corect? Referințele geografice trebuie să se potrivească. Sunt adevărate datele geografice? Se potrivește povestea cu ceea ce se petrecere în acea zonă geografică? De exemplu, cineva care pretinde că locuiește în New Jersey în timpul unei furtuni puternice face referiri adecvate la furtuna respectivă? Postează sau îți trimite poze cu furtuna așa cum ar face o persoană reală? Vorbește despre aspecte locale, de pildă restaurante și baruri? Știe cum e vremea dacă ar fi să întrebi fără să aibă timp să caute?

Schimbări în poveste

Fii atent la schimbările poveștii. Dacă încerci să-ți menții o identitate falsă și o minciună, e greu să te ții de poveste, căci ai mereu tendința să te referi la viața ta reală pe măsură ce creezi această identitate falsă. De exemplu, dacă ai o relație virtuală cu un bărbat care susține că-l cheamă Jack, dar Jack este, de fapt, o femeie pe nume Tina, vor ieși la iveală tot felul de mărunțișuri din viața Tinei. Dacă Jack pretinde că e singur, dar Tina are două surori, Jack s-ar putea să aducă vorba din greșeală de surorile lui. E bine să fii atent la discrepanțe. Dacă simți că e ceva în neregulă, probabil că este.

Căutarea în arhive

În plus, e bine să-i cauți numărul de telefon. Pe internet poți efectua multe căutări inverse (unele gratuite, altele nu) pentru a afla pe numele cui este un anumit număr de telefon. Uneori numărul este confidențial, dar de cele mai multe ori nu. Dacă un număr de telefon este pe un alt nume, s-ar putea să ai de-a face cu cineva care nu este cine pretinde că este. Spokeo te poate ajuta să cauți diverse prezențe online după nume. Pentru a evalua pe cineva, mai poți și să efectuezi căutări destul de cuprinzătoare după nume și localizare. Aproape toată lumea face parte din cine știe ce bază de date. Dacă nu poți găsi pe nicăieri această persoană, atunci s-ar putea să fie un impostor. Mai poți să cauți și pe site-urile publice, în funcție de ce anume ți-a spus această persoană despre ea. De exemplu, dacă John Doe, cu care vorbești online, susține că care o casă în Arlington, Virginia, poți căuta cu ușurință arhivele publice de proprietari ca să vezi dacă John Doe are o casă acolo. Dacă nu găsești nimic, s-ar putea ca John Doe să te mintă cu privire la casă. Sau s-ar putea să nu fie deloc John Doe.

Căutarea după fotografie

Poți să folosești Google Photo Search sau alt program asemănător ca să vezi dacă fotografiile prietenului tău virtual mai apar și în altă parte pe internet, ca aparținând altei identități online. Dacă cineva a furat o fotografie de la profilul altcuiva, ai șanse foarte mari să găsești celălalt profil.

Ascultă-ți instinctul

Dacă intuiești că e ceva în neregulă și că persoana cu care comunici ar putea să nu spună adevărul, e bine să-ți asculți

acest instinct și să fii deschis în fața posibilității că s-ar putea să ai dreptate.

Cum să te protejezi de răufăcători

Lipsa de amănunte

Pe parcursul carierei mele de analist criminalist digital, cele mai dificile cazuri de mari infracțiuni la care am lucrat au fost cele de exploatare a copiilor. Din păcate, am lucrat la multe astfel de cazuri. Analizând chat-urile și profilurile online ale presupușilor pedofili, a ieșit în evidență o anumită trăsătură de personalitate. În majoritatea cazurilor, presupusul pedofil ar fi făcut orice, în încercarea de a-și păcăli ținta. De fapt, devenea obsedat de aceasta. De exemplu, un astfel de individ ar putea să pretindă că este un băiat de 13-14 ani de la o altă școală, dintr-o altă zonă, atunci când începe să stea de vorbă cu ținta sa. El ar putea să caute site-ul școlii la care pretinde că învață, ca să găsească un băiat de 13-14 ani pe care să-l ia drept „acoperire". Sau ar putea pur și simplu să creeze o persona falsă. Dacă un răufăcător pretinde că este altcineva, o persoană care chiar există, cu câteva săpături și folosindu-te de lista din acest capitol, poți să-ți dai seama de asta destul de repede. Dacă pretinde că este un băiat oarecare de 13 ani, pe nume John Doe de la o școală din apropiere, se poate ca adevăratul John Doe să aibă și el o persona online. Găsindu-l pe adevăratul John Doe și folosindu-te de lista aflată la îndemână, poți să îți dai seama unde se contrazic profilurile și să vezi care dintre ei este *adevăratul* John Doe. Cel mai probabil, adultul rău intenționat a scotocit site-ul școlii lui John Doe după informații despre școală și a aflat câte ceva despre acel băiat. Dacă a creat o persona falsă, se poate ca răufăcătorul să fi mers atât de departe încât să se fi „împrietenit" cu alți elevi de la școala la care pretinde că

merge. Totuși, trebuie să înțelegi că ceilalți elevi vor ști dacă această persoană este băiatul real pe care-l văd în fiecare zi. Unii colectează prieteni și de aceea s-ar putea să nu le pese că nu-l cunosc (și să se împrietenească oricum cu el), dar ar exista o anumită lipsă de amănunte în postările acelor prieteni sau foarte puține comentarii din afară pe acel profil fals. Ar fi o lipsă foarte evidentă de amănunte în comentariile lui, presupunând că ar da un amănunt.

E important să-ți înveți copiii cum să se folosească de lista amintită pentru a se proteja. Când evaluează un presupus impostor sau răufăcător, e important să fie foarte atenți la detaliile despre care am vorbit. Un băiat real de 13-14 ani ar vorbi despre lucruri concrete precum numele profesorilor, numele prietenilor săi, unde-i place să iasă să mănânce, cum e mâncarea de la școală, activitățile extrașcolare la care ia parte — repet, toate acestea la un nivel ridicat de detaliere. Cineva care are intenții rele, obsesive în legătură cu copilul tău o să scotocească internetul în încercarea de a-și face falsa identitate să pară reală și întemeiată. Observă diferența în următoarele două exemple:

Exempul 1

Postare: „Super meciul de azi. Echipa a câștigat.
Ce faci?

Observă lipsa de detalii, plus tehnica abaterii atenției. Mai observă și că persoana respectivă nu se pune pe sine în afirmație. Nu e niciun „eu“ sau „noi“ acolo.

Exemplul 2

Postare: „A fost ceva ce trebuia văzut. Wood i-a aruncat mingea lui Shep în ultima secundă și a alergat 20 de metri ca să înscrie. Apropo, M-AM CONGELAT pe stadion!!!“

Observă nivelul de detaliere. Cel din Exemplul 2 le spune jucătorilor pe nume, pentru că îi cunoaște. Aceștia sunt

probabil și prieteni cu el pe Facebook. Știa că a fost frig și poți vedea cum reiese această informație din postarea lui. Nivelul său de detaliere este evident, pentru că a fost cu adevărat la fața locului.

Întreabă-i prietenii

Dacă bănuiești că persoana cu care comunici îți ascunde ceva sau că te minte și are un profil pe site-urile de socializare, nu e rău să-i cauți prietenii și să-i întrebi despre această persoană. Poți spune că ești un prieten. Dacă „prietenul“ nu o cunoaște pe persoana respectivă, acesta e un mare semnal de alarmă. De asemenea, nu te sfii să faci un pic pe detectivul cu privire la acești așa-numiți prieteni. Dacă amicul tău are doar câțiva prieteni, iar acești prieteni nu mai apar și în altă parte pe internet, aceștia pot să fie o capcană pusă la cale de răufăcătorul sau impostorul cu intenții dubioase.

Atunci când te apuci să evaluezi o persoană reală, să ai la îndemână lista următoare:

Lista pentru a-i prinde pe impostorii virtuali

- Refuză să vorbiți la telefon sau pe Skype?
- Are o cantitate adecvată și normală de piese de puzzle digital, conform generației din care face parte?
- Dacă face parte din Generația Y sau Z, este prieten cu părinții săi pe site-urile de socializare?
- Dacă face parte din Generația Z, părinții săi au o cronologie a copilului în rețelele de socializare?
- Are mulți prieteni care adaugă comentarii și cu care poartă conversații?
- Are mai mult de o rețea de socializare pe care să o folosească de cel puțin câteva ori pe zi?
- Uită-te la detaliile fine ale conversațiilor sale. Reiese din ele că este în cunoștință de cauză, oferă informații

specifice cu privire la activitățile sale normale — de la școală sau de la serviciu?

- Urmărește bloguri și postează pe ele?
- Face postări regulate, pune regulat poze cu propria persoană sau este dispus să-ți trimită fotografii în timp real?
- Dacă face parte din Generația Y sau Z, are o asociație școlară din care face parte?
- Dacă este angajat, are un site profesional de socializare în care să-și prezinte realizările și să primească în mod real referințe de la alții?
- Referințele geografice pe care le dă sunt corecte? Informațiile sunt prezentate corect?
- Apare la căutare în arhive publice?
- Informațiile despre el/ea sunt coerente?
- Există și un alt profil cu același nume?
- Când efectuezi o căutare după fotografie, apare și un alt profil?
- Dacă ai luat legătura cu prietenii săi, par reali și par să cunoască persoana respectivă?
- Ți se pare ceva ciudat?

Dacă nu poți răspunde adecvat la aceste întrebări, în așa fel încât răspunsurile să te satisfacă, ai putea avea de-a face cu cineva care nu este cine pretinde că este. Poate că ai prins un impostor.

Cum să descoperi minciuna în profilurile matrimoniale

Oamenii mint pe site-urile matrimoniale mai des decât ai crede. Uneori minciunile sunt relativ nesemnificative, cum ar fi să mai adaugi câțiva centimetri la înălțime sau să mai scazi câteva kilograme din greutate. Dar alteori aceste minciuni sunt mult mai insidioase și periculoase. Gândește-te la cineva care susține că e în căutarea unei relații serioase, dar de fapt

nu vrea decât o aventură. Pentru cineva care este acolo în căutarea lui Făt-Frumos, asta poate fi dezastruos. Și atunci cum poți să-ți dai seama când cineva nu este sincer în profilul său matrimonial?

Evaluarea fotografiilor

Poți afla foarte multe dintr-o fotografie pe care ți-a trimis-o cineva sau pe care o folosește în profilul matrimonial. Din experiența și pregătirea mea ca analist criminalist digital în sprijinul autorităților, fotografiile neclare indică adesea că acea persoană ascunde ceva. Privește mereu cu circumspecție acele profiluri virtuale în care nu poți vedea toată fața sau ochii persoanei respective într-o fotografie. Poate că poartă o pălărie în fiecare poză, iar asta le ascunde o parte din față. Poate că toate pozele sale sunt din profil. Poate că sunt toate ușor neclare. S-ar putea să ascundă ceva care nu ar fi mare lucru pentru tine (precum un început de chelie), dar s-ar putea să fie și ceva mai semnificativ.

Alte jocuri de cuvinte

Modul în care se prezintă cineva în cuvinte poate să-ți transmită multe indicii despre sinceritatea lui. Trebuie să fii atent la fiecare cuvânt pe care cineva alege să-l folosească în profilul său. Dacă folosește cuvântul „eu“ și nu folosește niciodată cuvintele „noi“ sau „tu“ atunci când vorbește despre ce anume caută, individul s-ar putea să fie interesat doar de propria persoană. Caută sintagme extreme de tipul „ador să“ sau „urăsc să“ sau cuvinte ca „foarte“ și „chiar“. Aceste cuvinte nu sunt doar de fason; ele indică sentimente puternice. Dacă cineva continuă să repete o frază sau spune același lucru în moduri diferite, ceea ce spune e foarte important și probabil are o mare prioritate. Nu uita că adevărul găsește întotdeauna o cale de a se face cunoscut.

Acum, că ne putem folosi de analiza modificată a afirmațiilor, putem să stabilim cu ușurință cine spune adevărul și cine nu. Profilurile de mai jos sunt de pe un site gratuit de matrimoniale. Toate aparțin unor bărbați. Le-am modificat un pic pentru a le proteja identitatea. Fiecare dintre ei susține în profilul său că este în căutarea unei relații serioase, pe termen lung. Dar, așa cum vom vedea, s-ar putea ca asta să nu fie întru totul adevărat!

Profilul 1:

Detest rutina și îmi place să încerc zilnic lucruri noi și să cunosc oameni noi. De curând mi-am dat seama că n-am fost prea atent la împrejurimile orașului și m-am hotărât să le explorez și să întâlnesc oameni noi. Așa că sunt aici ca să găsesc o parteneră care să mi se alăture. Nu va fi ușor. Uneori vom face chestii mișto, de exemplu să explorăm tunelele de dedesubtul Catedralei Naționale sau să ne întâlnim cu senatori la diverse evenimente cu fițe. Alteori vom vizita Muzeul Poștei sau vom curăța Parcul Heritage de seringi. Caut pe cineva alături de care să-mi placă să fac toate lucrurile astea. Ești pregătită pentru această provocare?

La o posibilă parteneră mă interesează patru lucruri: 1) Să se bucure de lucrurile mărunte; 2) Să aibă încredere în sine, să fie independentă și să se descurce singură; 3) Să fie isteață și cu simțul umorului și să nu se agațe de mine sau să stea să aștepte lângă telefon; 4) Să fie moderat de drăguță și nu frumoasă de să-ți cadă plombele.

La prima vedere, pare o partidă bună. Totuși, să ne uităm la niște frazări esențiale:

- Detestă rutina
- Posibilă parteneră
- Să cunosc zilnic oameni noi, să explorez, să întâlnesc oameni noi
- Caut pe cineva alături de care să-mi placă să fac toate lucrurile astea

- Să fie independentă și să se descurce singură și să nu se agațe de mine sau să stea să aștepte lângă telefon

El afirmă în profilul său că „detestă rutina". „A detesta" este un cuvânt puternic, indicând sentimente puternice (în acest caz, ura) în legătură cu ceva. Relațiile asta sunt — rutină. Pentru ca o persoană să afirme nu doar că nu-i place rutina, dar că „o detestă", asta ne spune că se poate să fie vorba despre cineva care nu este pregătit să se așeze la casa lui. Menționează de două ori că vrea să cunoască oameni noi. În prima propoziție vrea să cunoască oameni noi „zilnic". Cuvintele lui indică faptul că vrea să cunoască mulți oameni, poate ca prieteni, poate ca parteneri romantici; oricum ar fi, cuvintele lui arată că a făcut o prioritate din a întâlni oameni noi, asta fiind ceva important pentru el. Subconștient, el arată că probabil nu este pregătit să aibă o relație serioasă cu o singură persoană. El afirmă: „Caut pe cineva alături de care să-mi placă să fac toate lucrurile astea". Uită-te cu atenție la aceste cuvinte. Vrea pe cineva care să facă ca lucrurile să fie plăcute. Cuvintele lui spun că nevoile lui vor avea prioritate în fața nevoilor tale și că depinde de tine să-l distrezi. Bazându-ne fie și numai pe această singură afirmație, nu este o persoană care să poată face compromisuri cu ușurință. Ce zice, aia face. Sintagma „posibilă parteneră" e cel mai evident exemplu al tehnicii de a ascunde adevărul prin neangajare. Asta arată că el e în căutarea unei relații ocazionale. Cele două afirmații „să fie independentă și să se descurce singură" și „să nu se agațe de mine sau să stea să aștepte lângă telefon" întăresc și mai mult ideea că individul nu caută decât ceva temporar. Vrea pe cineva care la rândul său să nu dorească mai mult de o relație pasageră. Nimeni nu vrea pe cineva care să se agațe de tine, mai ales nu în exces. Alegând să declare asta, arată că în trecut a avut problema asta cu alte femei. Prin folosirea alăturată a sintagmelor „să nu se agațe" și „să nu stea să aștepte lângă telefon" indică faptul că în trecut probabil că s-a întâlnit cu o femeie care era mai implicată în relație decât era el. Probabil

că a încetat să o mai sune și probabil că ea nu a înțeles mesajul că el nu mai era interesat. Oricum ar fi, probabil că el nu e chiar cea mai matură persoană de pe fața pământului.

Pe baza cuvintelor pe care le folosește, e în căutarea unui prieten sau a unei relații pasagere. Chiar dacă pretinde că e în căutarea unei relații serioase, pe termen lung, când te apuci să pui lucrurile cap la cap, această persoană pare prea interesată de întâlniri ocazionale și nu dorește ca lucrurile să avanseze prea repede și să devină prea serioase. Nu este pregătit pentru o relație serioasă și nu vrea decât să se joace. Vrea să se întâlnească cu mai multe tipe, să se distreze și să cunoască mulți oameni noi (prin oameni se referă la femei, desigur). Dacă o femeie i-ar răspunde și s-ar întâlni cu el, i-aș spune că alături de acest gen de bărbat probabil că s-ar distra foarte bine, dar să nu se aștepte la nimic serios. Și să nu fie surprinsă dacă într-o zi n-ar mai suna-o. Așa cum a și spus: nu sta să aștepți lângă telefon!

Profilul 2:

Trebuie să subliniez că, dacă ești foarte, foarte deșteaptă și/sau cunoști lucruri pe care eu nu le știu și ești dornică să mi le împărtășești, e foarte bine. Știu că sunt mulți bărbați-copii nesiguri pe ei și ridicoli care se simt amenințați de femeile inteligente, dar acesta e un defect pe care nu îl am. Fă-ți curaj să mă dai pe spate!

Consider că baza unei relații de iubire este o mare prietenie. Acestea fiind zise, am trecut de mult de faza în care să-mi mai bat capul cu să fim „doar prieteni". Sunt suficient de norocos să mă bucur de multe prietenii apropiate, profunde, așa că, dacă știi că n-o să meargă între noi, hai să nu ne pierdem timpul.

Ținând cont de toate astea, trimite-mi un mesaj dacă ești pregătită să-ți întâlnești alesul.

Să ne uităm cu atenție la câteva frazări esențiale:

- Dornică să mi le împărtășești
- Știu că sunt mulți bărbați-copii nesiguri pe ei și ridicoli care se simt amenințați de femeile inteligente

- Baza unei relații de iubire este o mare prietenie. Acestea fiind zise, am trecut de mult de faza în care să-mi mai bat capul cu să fim „doar prieteni“
- Să nu ne pierdem timpul
- Ești pregătită să-ți întâlnești alesul

Acest bărbat folosește cuvinte la prezent și viitor, indicând că este în căutarea unei partenere alături de care să fie acum și în viitor. S-a gândit mult la ceea ce este „baza unei relații de iubire“, indicând că este pregătit să pună aceste baze alături de cineva. Sintagmele „am trecut de mult de faza“ și „să nu ne pierdem timpul“ indică faptul că s-a săturat de întâlniri și probabil că e frustrat că nu și-a întâlnit „aleasa“. Sintagma „pregătită să-ți întâlnești alesul“ poate și trebuie înțeleasă în sens propriu. Acest gentleman spune exact ce vrea: o relație serioasă care să se încheie cu o căsătorie. Acest individ își dorește cu ardoare o iubită și aproape că o caută cu disperare. S-a gândit mult la asta și e în căutarea unei soții. Aș îndrăzni să spun că într-un an vrea să fie însurat. Dacă o tipă m-ar întreba dacă să iasă sau nu cu acest bărbat, aș vrea să mă asigur că știe că el caută ceva foarte, foarte serios și că probabil vrea ca lucrurile să avanseze foarte repede.

Profilul 3:

Sunt un tip foarte sociabil căruia îi place să se distreze. Îmi place foarte mult să ies seara să mănânc într-un loc retras, drăguț și liniștit. Chiar dacă locuiesc în Washington DC, prefer să ies în Arlington sau în Fairfax. Pur și simplu nu-mi place agitația orașului. Sunt foarte ocupat și călătoresc tot timpul, uneori chiar și în weekend, ceea ce face să-mi fie foarte greu să găsesc acea persoană specială alături de care să mă implic. Caut această persoană specială care dorește să-mi fie parteneră acceptând faptul că nu pot fi disponibil tot timpul. Ca să fiu sincer până la capăt, am o viață profesională haotică. Din acest motiv nu am mulți prieteni cu care să ies. Sunt un tip foarte discret în viața căruia nu se petrece mare lucru. Sunt gata să te întâlnesc dacă și tu ești gata să te lași întâlnită.

Să ne uităm din nou peste frazele esențiale:

- Să se distreze
- Îmi place foarte mult să ies seara să mănânc într-un loc retras, drăguț și liniștit
- Chiar dacă locuiesc în Washington DC, prefer să ies în Arlington sau în Fairfax
- Sunt foarte ocupat și călătoresc tot timpul, uneori chiar și în weekend
- Acceptând faptul că nu pot fi disponibil tot timpul. Ca să fiu sincer până la capăt, am o viață profesională haotică.
- Nu am foarte mulți prieteni
- Tip foarte discret

În primul rând, vrea „să se distreze", ceea ce indică faptul că s-ar putea să nu caute ceva serios. În sine, chestia asta s-ar putea să nu spună prea multe, dar, atunci când le pui pe toate la un loc, lucrurile capătă o altă semnificație. Nu există niciun motiv pentru care un tip să se apuce să spună că îi plac „foarte mult" locurile izolate și că îi place să iasă la kilometri distanță de casa lui decât dacă nu te vrea în apropiere de casa lui. Remarcă și folosirea cuvântului „foarte", indicând că asta e foarte important pentru el. E „foarte ocupat și nu e tot timpul disponibil, nici chiar în weekenduri". Dacă cineva chiar ar fi atât de ocupat cu munca, ar spune simplu că munca l-a împiedicat să cunoască pe cineva; nu ar fi nevoie să intre în detalii cum că nu e disponibil în weekenduri. Din nou, e important pentru el să știi că este „foarte" ocupat. În Capitolul 9 am învățat o tehnică de analiză a afirmațiilor mincinoase prin care o persoană folosește calificative înaintea unei afirmații, ceea ce indică minciună. Observă și faptul că folosește „ca să fiu sincer până la capăt"; repet, când cineva insistă că e sincer până la capăt, adesea adevărul e exact invers. Nimeni nu s-ar apuca să spună că nu are prea mulți prieteni, fiindcă oamenii știu că, dacă spun asta, se pun într-o lumină proastă — asta, sigur, dacă nu cumva dorește să-ți ofere un motiv pentru care

n-o să-i cunoști niciodată niciun prieten. Te-a mai anunțat și că este „un tip foarte discret", indicând că nu dorește să te interesezi prea mult de viața lui personală. Din nou, prin folosirea cuvântului „foarte", e clar că asta e foarte important pentru el. Nu te îndepărta de acest bărbat, ci *fugi* de-a dreptul! Dacă ești o tipă cu adevărat isteață, ai putea să-l cauți pe aplicația Lulu. Îmi pare rău să o spun, doamnelor, dar e foarte probabil ca acest tip să fie căsătorit.

Chiar dacă nu ești în căutarea unei relații, fă-ți timp să cercetezi cu atenție site-urile matrimoniale ca să-ți exersezi abilitățile dobândite. Vezi dacă poți să-ți dai seama cine spune adevărul și cine minte.

Detectarea minciunii în SMS-ul de după întâlnire

Acum hai să vedem cum să detectezi minciuna în SMS-urile de după prima întâlnire. Există nenumărate emisiuni și foarte multe cărți care caută să descifreze ce anume vrea să spună un bărbat sau o femeie atunci când afirmă că o să te sune după întâlnire. Nici nu pot să-ți spun de câte ori am ieșit în oraș cu prieteni și prietene care citeau și reciteau același SMS, e-mail sau mesaj pe Facebook, încercând să-și dea seama dacă celălalt este sau nu interesat și care-i sunt intențiile. În ziua de azi comunicăm adesea cu cei cu care împărtășim aceleași interese sau cu colegii de serviciu prin SMS sau e-mail, așa că nu avem luxul de a citi limbajul corporal sau indiciile vocale cum ar fi tonul vocii ori intensitatea. Atunci când începi să îți dai seama de interesul celuilalt din mesajele de pe rețelele de socializare, din e-mailuri sau din SMS-uri, în loc să încerci să analizezi intențiile celuilalt, e mai bine să-i analizezi cuvintele. Nu uita că adevărul găsește aproape de fiecare dată o cale de a se face cunoscut, iar oamenii se pricep, de fapt, foarte bine să spună exact ce gândesc sau ce simt. Nu trebuie decât să te uiți la cuvinte și să vezi dacă sunt folosite tehnici de a minți. În vederea

scrierii acestei cărți, am adunat SMS-uri din discuțiile unei singure prietene cu o persoană de care era potențial interesată, pe care ea le-a primit sau le-a trimis pe parcursul curtării. Le vom analiza pe baza tehnicii de analiză modificată a afirmațiilor pe care am învățat-o.

O prietenă de-a mea a avut o întâlnire excelentă, după părerea ei. Bărbatul respectiv a fost fermecător și drăguț și s-au simțit foarte bine. Ea i-a dat SMS a doua zi:

Ea: „Ai ajuns cu bine acasă aseară?"
El: „A fost ca lumea aseară. Ar trebui să mai ieșim. Ce faci?"

Ea a văzut răspunsul lui ca pe o încurajare. Totuși, dacă te uiți cu atenție la cuvinte, vei vedea că, deși probabil s-a simțit bine, cel mai sigur nu are nicio intenție să se mai vadă cu ea. În primul rând, el nu se pune pe sine în mesaj (niciun „eu" sau „mine", arătând că s-ar putea să nu fie prea implicat). Prin folosirea cuvintelor „ar trebui", el nu spune nimic concret și este neangajat. Își asigură o portiță de ieșire. Nu lasă să se înțeleagă că va mai suna și nici nu face vreun plan să se mai vadă. Indiferent dacă sună sau nu, tot nu e implicat în relație; poate că vrea să caute pe cineva de care să fie mai interesat, dar vrea să o păstreze și pe ea ca opțiune, căci nu se știe niciodată. El folosește tehnica distragerii atenției, încercând să schimbe subiectul și întrebând-o ce mai face.

Dacă voia să o revadă, și-ar fi declarat clar intențiile prin acel SMS care ar fi sunat cam așa:

El: „A fost ca lumea aseară. Mi-ar plăcea să te mai văd. Te sun după serviciu".

În acest SMS, respondentul se pune pe sine în mesaj, spunând clar că vrea să o mai vadă și dându-i și un interval despre când dorește să stabilească următoarea întâlnire.

Următorul exemplu este un SMS de la o prietenă care a ieșit cu un bărbat care a sunat-o a doua zi. I-a spus că o să aibă o săptămână de coșmar la muncă, fiindcă avea de terminat o lucrare, dar că i-ar plăcea mult să o revadă la sfârșitul săptămânii. La sfârșitul săptămânii nu i-a dat niciun semn, așa că ea i-a trimis un SMS:

Ea: „Nu mai știu nimic de tine de ceva vreme. Ai chef să ieșim?"
El: „Foarte prins. Cu munca. Ce-ai mai făcut?"

Dacă te uiți la cuvintele propriu-zise, vezi că și asta e, cel mai probabil, o distanțare. Poate că a fost într-adevăr ocupat cu munca. Totuși, o întreabă ce mai face. El folosește tehnica de „a nu răspunde la întrebare", căci deviază de la subiect. În loc să spună pe față dacă vrea sau nu să se vadă cu ea, o întreabă ce mai face, folosind din nou tehnica distragerii atenției. Dacă ar fi fost interesat să o revadă, ar fi spus ceva de genul:

El: „Am muncit ca un nebun. La lucrarea aia. Zi și noapte. M-am gândit la tine. Ieșim mâine-seară? Termin până atunci."

Aici ar spune că s-a gândit la ea și că a muncit zi și noapte, făcând planuri concrete de a se vedea. Descifrând cuvintele propriu-zise și văzând ce conțin ele și ce nu, poți să-ți faci o idee foarte bună despre ce spun, de fapt, e-mailurile sau SMS-urile unui potențial partener.

Acum că înțelegi mai bine cum să detectezi adevăratele intenții din spatele cuvintelor, fii foarte atent la discuțiile din rețelele de socializare, prin e-mail sau prin SMS pe care le porți cu ceilalți. Folosind diversele tehnici învățate de aici, vei ști mai bine și vei fi mai capabil să detectezi potențialele minciuni.

Detectarea minciunii în anunțuri publicitare

Cei mai mulți dintre noi am folosit Craigslist sau alt site gratuit pentru a cumpăra sau a vinde ceva. Trebuie să fim foarte atenți când folosim aceste site-uri, căci adesea anunțurile sunt mincinoase. Următorul text este luat dintr-un anunț de vânzare a unei mașini pe care l-am găsit pe unul dintre aceste site-uri:

„MAȘINA ESTE ÎNTRO STARE FOARTE FOARTE FOARTE BUNĂ. NA AVUT NICIODATĂ PROBLEME. CHILIPIR. MERGEA FOARTE BINE."

Poate că nu e limba lui maternă. Oricum, dacă e să-ți cheltuiești judicios banii câștigați cu sudoarea frunții, cu siguranță nu ar trebui să-ți pierzi timpul cu această mașină. Dacă ai făcut-o, atunci sper ca măcar să te fi informat dinainte de istoricul ei. Cel mai probabil ai afla că această mașină nu e deloc în STARE FOARTE FOARTE FOARTE BUNĂ. Să scrie cu litere mari poate să fie doar o modalitate a vânzătorului de a atrage atenția cumpărătorului. Prin afirmația clară că „nu a avut niciodată probleme", vânzătorul se străduiește mult prea tare să-l convingă pe cumpărător. Observă și cei trei „foarte", de unde reiese că e important pentru el ca tu să crezi această afirmație. Cred că ai afla că această mașină a avut multe probleme. Afirmația că mașina „mergea bine" se poate să fie doar o greșeală de gramatică. Sau se poate ca autorul să folosească tehnica de a trece de la un timp verbal la altul, tehnică pe care am discutat-o în Capitolul 9. Folosirea verbului termenului descriptiv la trecut poate să însemne că la un moment dat mașina chiar mergea foarte bine, dar nu și acum.

Fă-ți timp să-ți exersezi abilitățile de detectare a minciunii uitându-te peste anunțurile de vânzări de pe Craigslist sau eBay.

Detectarea minciunii în CV

Dacă lucrezi în resurse umane sau faci angajări, e important să înveți să detectezi minciunile din CV-uri, scrisori de intenție, e-mailuri, SMS-uri și din conținuturile postate în rețelele de socializare. Acum știi destul de bine la ce anume să te uiți folosindu-te de analiza declarațiilor, dar hai să luăm și câteva exemple. Uită-te la cele două exemple de afirmații preluate din două scrisori de intenție și încearcă să-ți dai seama care dintre ele este adevărată.

Exemplul 1

Am coordonat o echipă și am reușit să avem vânzări de 1,7 milioane de dolari în beneficiul companiei X. Cu mine în frunte, echipa a reușit să câștige în 2012 râvnitul premiu de leadership al companiei X.

Exemplul 2

Am făcut parte dintr-o echipă care face vânzări de milioane în beneficiul companiei X. Ca să fiu sincer, am fost categoric parte integrantă din succesul companiei și am câștigat un premiu major.

Dacă alegi Exemplul 2 ca fiind minciună, ai ales corect. În prima propoziție, candidatul trece de la trecut la prezent. Tot în Exemplul 2 este spus un număr arbitrar de „milioane", ceea ce poate fi adevărat sau nu. În Exemplul 1 este declarat un număr exact, rotund. În Exemplul 2 este folosită afirmația calificativă „ca să fiu sincer", ceea ce adesea e un indiciu că această persoană nu este „sinceră". Folosirea în scop descriptiv a cuvântului „categoric" e modul candidatului de a încerca să-ți dovedească faptul că ceea ce spune e adevărat. Dacă ar fi adevărat, această persoană nu ar avea nevoie să se folosească de astfel de cuvinte inutile, descriptive. Mai observă și

că în Exemplul 1 se afirmă denumirea exactă și anul obținerii premiului, în timp ce în Exemplul 2 este vorba despre un premiu oarecare.

Să-ți gestionezi identitatea virtuală și să înveți să detectezi minciunile pot să fie în avantajul tău. Dacă îți dai seama că o persoană nu este sinceră, să-ți adaptezi reacția de răspuns la situație te ajută să deții controlul. Foarte important, acum că ești înarmat cu cunoașterea analizei modificate a afirmațiilor și cu lista despre cum să-i prinzi pe impostorii virtuali, poți să te protejezi, pe tine și pe copiii tăi, de mincinoși, infractori și agresivi. Nu e minunat?

Note

Capitolul 1

1. *www.theblaze.com/stories/1012/11/22/update-mass-women-fired-for-flipping-off-the-tomb-of-the-unknown-slodier/.*
2. *Social Media and the Law: A Guidebook for Communication Studies; Capitolul 3, Privacy and Terms of Use*, de Woodrow Hartzog, Facultatea de Drept Cumberland — Universitatea Stanford.
3. Preluat din Declarația Drepturilor și Obligațiilor de pe Facebook. Data ultimei revizuiri: 11 decembrie 2012.
4. *www.foxnews.com/us/2013/06/23/student-launches-2m-lawsuit-against-school-district-over-facebook-photo/?test=latestnews#ixzzs2X918ysSQ.*
5. *http://bostinno.streetwise.co/2012/11/21/lindsey-stone-fired-forfacebook-photo/.*
6. *www.law.cornell.edu/constitution/first_amendment.*
7. Preluat din Capitolul 1 al cărții *Social Media and the Law: A Guidebook for Communication Studies*, de Jennifer Jacobs Henderson, Universitatea Trinity.
8. „When Oversharing Online Can Get You Arrested“, de Lauren Russell, CNN. Actualizare 8:59 a.m. Miercuri, 24 aprilie 2013: *www.cnn.com/2013/04/18/tech/social-media/online-oversharing-arrests.*

Capitolul 2

1. Politica de utilizare a datelor, Facebook, ultima actualizare 11 decembrie 2012: *www.facebook.com/about/privacy.*

2. *http://mag.newsweek.com/2010/10/22/forget-privacy-what-the-internet-knows-about-you.html*. Revista *Newsweek*: „What the Internet Knows About You“ (22 octombrie 2010).
3. *www.mozilla.org/en-GB/firefox/geolocation/.*
4. „Lettuce-Defiling Burger King Employee Tracked Down by 4chan Users, Terminated“, de Neetzan Zimmerman. 18 iulie 2012, 10:08 a.m.: *http://gawker.com/5926982/lettuce+defiling-burger-king-employee-tracked-down-by-4chan-users-terminated.*
5. *„Super Cookies“ — New Web Code Draws Concern Over Privacy Risks*, de Tanzina Vega, departamentul de cercetare media al eBrand, 11 octombrie 2010: *http://digitalarteries.com/advertising-marketing/marketing/super-cookies-new-web-cod-draws-concern-over-privacy-risks/.*
6. *www.irfanview.com/.*
7. *http://support.mozilla.org/en-US/kb/private-browing-browse-web-without-saving-info.*
8. *http://download.cnet.com/CCleaner/.*

Capitolul 3

1. *http://pss.sagepub.com/content/17/7/592.abstract.*
2. *http://money.cnn.com/2013/08/26/technology/social/facebook-credit-score/index.html?hpt=hp_t2*. Publicat inițial: 26 august 2013: 6:20 a.m. ET.

Capitolul 4

1. *www.tineye.com/.*
2. *www.google.com/insidesearch/features/images/searchbyimage.html.*
3. *http://articles.latimes.com/2013/mar/11/science/lasci-facebook-likes-20130312.*

Capitolul 5

1. Revista *Time*, „How Recruiters Use Social Networks to Make Hiring Decisions Now", de Dan Schawbel, 9 iulie 2012: *http://business.time.com/2012/07/09/how-recruiters-use-social-netwoks-to-make-hiring-decisions-now/.*
2. Ibid.
3. *http://m.npr.org/news/Science/171975368.*
4. *http://gobefore.me/.*
5. *https://onlulu.com/.*

Capitolul 6

1. *www.match.com/.*
2. *www.eharmony.com/.*
3. *www.jdate.com/.*
4. *www.christianmingle.com/.*

Capitolul 7

1. *www.statisticbrain.com/cyber-bullying-statistics/.*
2. *www.tylerclementi.org/tylers-story/.*
3. *http://en.wikipedia.org/wiki/Suicide_of_Audire_Pott.*
4. *http://en.wikipedia.org/wiki/Suicide_of_Rehtaeh_Parsons.*
5. *www.todaystmj4.com/features/specialassignment/95355134.html.*
6. Din *Social Media and the Law.*
7. *http://stopcyberbullying.org/prevention/schools_role.html.*
8. *www.sheriff.org/faqs/displayfaq.cfm?id=ba787291-0b05-4ab2-9840-b9697bba4cce.*
9. *https://chrome.google.com/webstore/detail/webpage-screenshot-capture/ckibcdccnfeookdmbahgiakhnjcd-dpki.*
10. *www.telestream.net/screenflow/.*

Capitolul 8

1. *http://en.wikipedia.org/wiki/ScottThompson_%28 businessman%29.*
2. *http://deadspin.com/manti-teos-dead-girlfriend-the-most-heartbreaking-an-5976517.*
3. *www.nytimes.com/2011/06/13/worldmiddleeast/13 blogger.html?_r=0.*
4. *http://techland.time.com/2011/08/03-report-92-of-newt-gingrichs-witter-followers-arent-real/.*
5. *www.theguardian.com/world/2013/sep/23/ new-york-fake-online-reviews-yoghurt.*
6. *www.bbb.org/.*

Capitolul 9

1. *10 Easy Ways to Spot a Liar: The Best Techniques of Statement Analysis, Nonverbal Communication and Handwriting Analysis*, de Mark McClish.

Capitolul 10

1. *www.mtv.com/shows/catfish/series.jhtml.*
2. Vince Pierce în documentarul despre pescuit regizat de Henry Joost și Ariel Schulman: *www.iamrogue.com/ catfish.*
3. *http://en.wikipedia.org/wiki/Suicide_of_Megan_Meier.*
4. Articol de pe networkworld.com, „The Robin Sage experiment: Fake profile fools security pros, an experiment that called for creating a fake social networking personality managed to snare even seasoned security veterans", de Joan Goodchild, specialist pe probleme de securitate, 8 iulie 2010: *www.networkworld.com/ news/2010/070810-the-robin-sage-experiment-fake.html.*

Despre autoare

Tyler Cohen Wood este șefa departamentului cibernetic al unei agenții de securitate din cadrul Ministerului Apărării, ia decizii și face recomandări în vederea schimbării, interpretării și creării de politici și programe cibernetice importante care influențează politica actuală și viitoare a Ministerului Apărării și a securității naționale. Este bine-cunoscută în domeniul informațiilor, apărării, poliției și investigațiilor cibernetice în special pentru activitatea sa de analist criminalist digital și specialist în informații cibernetice.

Tyler a vorbit în calitate de expert în cibernetică la numeroase conferințe pe teritoriul țării. Este coautoare a manualului *Alternate Data Storage Forensics* și este citată în *Best Damn Cybercrime an Digital Forensics Book Period.*

Înainte de a lucra în cadrul agenției guvernamentale, a lucrat la Centrul pentru Infracțiuni Cibernetice din Ministerul Apărării ca analist criminalist digital, folosindu-și cunoștințele în cazuri de abuz, analiză de malware și alte tipuri de infracțiuni majore, reușind să ducă la bun sfârșit multe cazuri și să pună tranzacțiile comerciale la adăpost de pagube de milioane de dolari. Experiența sa anterioară include posturi la IBM și NASA în calitate de analist, unde și-a dovedit cunoștințele în cazuri de abuzuri și infracțiuni cibernetice majore.



Cum să te protejezi în spațiul virtual!

Identitatea ta virtuală devine rapid mai importantă pentru succesul tău personal și profesional decât comunicarea față în față. Însă cei mai mulți dintre noi nu înțelegem acest adevărat Vest Sălbatic digital și nici pericolele ce ne pândesc la fiecare colț. Nu ne dăm seama de urmele virtuale pe care le lăsăm cu fiecare postare și cât e de ușor pentru cineva rău intenționat să ne facă probleme.

Depistarea impostorilor virtuali îți arată:

- Cum să te protejezi, pe tine și copiii tăi, de răufăcătorii, hărțuitorii cibernetici și agresorii de pe chat.
- Cum să detectezi dacă cineva nu este cine se pretinde a fi.
- Cum să afli ce fel de urme digitale lași și cum să le ștergi.
- Cum să folosești rețelele de socializare pentru a găsi relația potrivită, angajatul potrivit sau orice altceva ai căuta.

„Cartea de față este absolut impresionantă. Autoarea e specialistă în securitate cibernetică și vrea să ne împărtășească tot ceea ce știe. Într-un stil direct și ușor de înțeles, tratează toate aspectele legate de protejarea identității online. Aflăm chiar și cum își dau seama experții că o persoană cu care comunicăm pe internet încearcă să ne mintă și să ne înșele. E o lume nouă, iar această carte nu trebuie să lipsească din nicio casă."

Dr. DEAN EDELL, gazda emisiunii Dr. Dean Edell Show, autor al cărții *Life, Liberty and the Pursuit of Healthiness*

Tyler Cohen Wood este expert în rețele sociale și probleme cibernetice. Este ofițer superior și șef al departamentului de cibernetică din cadrul Agenției de Informații a Apărării (DIA) din subordinea Departamentului Apărării al SUA.

ISBN 978-606-8566-52-8



LifeStyle PUBLISHING

TREBUIE SĂ ȘTII

www.lifestylepublishing.ro